

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

Ekonomická fakulta

DISERTAČNÍ PRÁCE

2013

Ing. Eliška Jirásková

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
Ekonomická fakulta

Studijní program: P 6208 – Ekonomika a management
Studijní obor: Organizace a řízení podniků

**VÝZNAM VYBRANÝCH FAKTORŮ
LOKALIZACE PRO MALÉ A STŘEDNÍ
PODNIKY**

**The importance of certain location factors for small and medium-sized
enterprises**

Ing. Eliška Jirásková

Školitel: doc. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D., katedra podnikové ekonomiky

Počet stran: 177
Počet příloh: 4

Liberec, 2013

Anotace

Hlavním cílem disertační práce je *vysvětlit prostorové chování firem a rozpoznat vlivy, které hrají při rozhodování o lokalizaci podniků specifický význam*. Disertační práce je logicky rozdělena do 6 částí. V první části disertační práce je proveden kritický rozbor existujících lokalizačních teorií od nejstarší von Thünenovi teorie zemědělské produkce až po novější lokalizační teorie založené na teorii preferencí. Na teoretický základ lokalizačních teorií navazují jednotlivé přístupy ke klasifikaci lokalizačních faktorů. Pro vlastní empirické šetření bylo vybráno 26 faktorů, které byly pro větší přehlednost rozděleny do 4 skupin: regionální a lokální, obchodní, pracovní a infrastrukturní. V rámci empirického šetření bylo osloveno 455 malých a středních podniků, které byly vybrány náhodně a zahrnují 13 odvětví ekonomických činností. Metodika empirického šetření je popsána v rámci čtvrté kapitoly, ve které je pozornost soustředěna především na výběr oslovených respondentů a statistické zpracování dat. Data v rámci jednotlivých zkoumaných lokalizačních faktorů byla nejdříve zpracována pomocí elementárních metod popisné statistiky, dále byla analyzována pomocí kontingenční, shlukové, regresní analýzy a Kruskal-Wallisova testu. Získaná data byla rovněž použita pro verifikaci formulovaných hypotéz. Hlavní přínos práce pro vědní rozvoj oboru spočívá v uceleném uspořádání stěžejních lokalizačních teorií, klasifikace lokalizačních faktorů a zpracování metodického postupu pro provedení výzkumu lokalizačních faktorů. Pro praxi je hlavním přínosem práce formulace návodů pro snazší rozhodování při zakládání nového podniku či závodu a dále metodika implementace lokalizační strategie do jednotlivých částí podnikatelského plánu.

Klíčová slova

Regionální ekonomie, lokalizace, lokalizační faktor, lokalizační teorie, malý a střední podnik, podnikatelská strategie, shluková analýza

Summary

The main aim of this dissertation is to explain the spatial economic behavior and to identify factors that play the main role during the location decision process. The dissertation is logically divided into 6 parts. The first part of the thesis is a critical analysis of the existing location theories: from von Thünen theory, the oldest agricultural production to the newer location theory based on the theory of preference. The theoretical basis of location theories follow different approaches to the classification of location factors. Twenty six factors were selected for empirical investigation which were divided into 4 groups for greater clarity: regional and local, business, employment and infrastructure factors. The empirical survey addressed 455 small and medium enterprises which were selected randomly. The research include 13 sectors of economic activity and the main goal was to verify the basic hypothesis that despite the existence of various approaches to determining location factors, to some extent there are location factors that act universally in all economic branches and further factors that specifically manifest themselves only in some branches. The methodology of the empirical survey is described in the fourth chapter, which mainly focuses on the choice of respondents and statistical data processing. Data within each surveyed location factor was first processed using elementary methods of descriptive statistics, then further analyzed by contingency, clustering, regression analysis and the Kruskal-Wallis test. The data was also used to verify formulated hypotheses. The main contribution of the paper towards scientific development is in its coherent arrangement of fundamental theories of location, classification and processing of location factors and its methodological procedure for the implementation of research into location factors. For business, the main contribution of the dissertation is for the decision-making process, specifically when establishing a new business. Companies could find factors which are important for companies from the same field.

Key words

Regional economics, localization, location factor, localization theory, small and medium business, business strategy, cluster analysis

Zusammenfassung

Das Hauptziel der Dissertation ist die Erklärung des Raumverhaltens von Unternehmen und das Erkennen von Einflüssen, die eine besondere Bedeutung bei der Entscheidung über den Standort von Unternehmen haben. Diese Dissertation ist logisch in 6 Teile geteilt. In dem ersten Teil der Dissertation ist die kritische Analyse der bestehenden Lokalisierungstheorien von der ältesten, der Thünen-Theorie der landwirtschaftlichen Produktion, bis zu neueren Lokalisierungstheorien, die auf der Präferenztheorie beruhen. An die theoretische Grundlage der Lokalisierungstheorien schließen einzelne Ansätze für die Klassifikation der Standortfaktoren an. Für die eigene empirische Untersuchung wurden 26 Faktoren gewählt, die für eine bessere Übersicht in 4 Gruppen geteilt wurden: Regional- und Lokalfaktoren, Geschäftsfaktoren, Arbeits- und Infrastrukturfaktoren. Im Rahmen der empirischen Untersuchung wurden 455 kleine und mittlere Unternehmen angesprochen, die zufällig ausgewählt wurden und die 13 Wirtschaftszweige umfassen. Die Methodik der empirischen Untersuchung ist im vierten Kapitel beschrieben, in dem man sich vorwiegend auf die Wahl der Befragten und auf statische Datenverarbeitung konzentriert. Die Daten im Rahmen der einzelnen untersuchten Standortfaktoren wurden zuerst mithilfe von elementaren Methoden der deskriptiven Statistik verarbeitet, weiter wurden die Daten durch Kontingenzanalyse, Clusteranalyse, Regressionsanalyse und Kruskal-Wallis-Test analysiert. Die gewonnenen Daten wurden auch für die Überprüfung der formulierten Hypothesen benutzt. Der Hauptbeitrag dieser Arbeit für die wissenschaftliche Entwicklung des Bereichs liegt in einer komplexen Konfiguration von grundlegenden Lokalisierungstheorien, der Klassifizierung von Standortfaktoren und Verarbeitung methodischer Verfahrensweise für die Durchführung der Standortfaktorenforschung. Für die Praxis ist der wichtigste Beitrag der Arbeit die Formulierung von Anweisungen für eine leichtere Entscheidungsfindung bei der Gründung von Neuunternehmen oder Betrieben und weiter die Implementierungsmethode von der Lokalisierungsstrategie in einzelne Teile des Geschäftsplans.

Schlüsselwörter

Regionalökonomie, Lokalisierung, Standortfaktor, Lokalisierung Theorie, kleine und mittlere Unternehmen, die Geschäftsstrategie, Clusteranalyse

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou disertační práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé disertační práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li disertační práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Disertační práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací se školitelem disertační práce a ostatními odborníky v oboru.

V Liberci, 28. 3. 2013

Eliška Jirásková

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala všem, kteří na výzkumu participovali, ať již vyplněním dotazníku či podáním konstruktivních podnětů k jeho zlepšení. Zvláštní poděkování patří doc. Ing. Miroslavu Žižkovi, Ph.D. za jeho odbornou pomoc a věcné připomínky. Dále bych chtěla poděkovat pracovníkům katedry ekonomické statistiky za jejich pomoc s náhodným výběrem i se zpracováním výsledků empirického šetření. V neposlední řadě děkuji své rodině za toleranci a podporu v nelehkých obdobích mého studia.

Obsah

ÚVOD.....	16
1 CÍLE A VÝZKUMNÉ OTÁZKY.....	20
2 LITERÁRNÍ PŘEHLED	22
2.1 REGIONÁLNÍ A PROSTOROVÁ EKONOMIE.....	22
2.2 TEORIE LOKALIZACE	24
2.2.1 Nejstarší přístupy k lokalizačním teoriím	26
2.2.2 Všeobecné teorie lokalizace	28
2.2.3 Lokalizace služeb	31
2.2.4 Současné lokalizační teorie	32
2.3 LOKALIZAČNÍ FAKTORY	35
2.3.1 Typologie lokalizačních faktorů.....	36
2.3.2 Měkké a tvrdé lokalizační faktory	38
2.3.3 Faktory regionálního rozvoje	43
2.3.4 Lokalizační faktory v mezinárodním prostředí	43
2.3.5 Makroekonomické a mikroekonomické lokalizační faktory	45
3 LOKALIZACE Z POHLEDU DROBNÝCH, MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ.....	49
3.1 CHARAKTERISTIKA MALÉHO A STŘEDNÍHO PODNIKÁNÍ	49
3.2 VLIV LOKALIZAČNÍCH FAKTORŮ NA STRATEGICKÉ ROZHODOVÁNÍ MSP	51
4 METODICKÁ VÝCHODISKA VÝZKUMU	59
4.1 CHARAKTERISTIKA ŠETŘENÍ	59
4.2 TVORBA DOTAZNÍKU	60
4.3 VYMEZENÍ A URČENÍ VELIKOSTI VÝBĚROVÉHO SOUBORU	61
4.4 NÁHODNÝ VÝBĚR RESPONDENTŮ	64
4.5 STATISTICKÉ ZPRACOVÁNÍ DAT	65
4.5.1 Test o normalitě rozdělení.....	66

4.5.2 Kontingenční analýza	67
4.5.3 Chí-kvadrát test nezávislosti	68
4.5.4 Kruskal-Wallisův test	69
4.5.5 Regresní analýza.....	70
4.5.6 Shluková analýza.....	72
5 ZKOUMANÉ FAKTORY	74
5.1 REGIONÁLNÍ A LOKÁLNÍ FAKTORY	74
5.1.1 Tradice a historie lokality	74
5.1.2 Kvalita a atraktivita území	76
5.1.3 Zázemí města.....	78
5.1.4 Dostupnost informačních a komunikačních technologií.....	79
5.1.5 Hospodářský stav regionu	81
5.1.6 Image regionu.....	82
5.1.7 Možnosti využití volného času	84
5.1.8 Spolupráce se státní správou	85
5.1.9 Kvalita úřadů práce.....	86
5.1.10 Přítomnost zahraničních firem	88
5.1.11 Dostupnost a kvalita výzkumných zařízení.....	89
5.1.12 Výše daní a poplatků.....	90
5.1.13 Disponibilita nebytovými a kancelářskými prostory	92
5.1.14 Ceny ploch a budov	94
5.1.15 Ekologické požadavky, podmínky a standardy	96
5.2 OBCHODNÍ LOKALIZAČNÍ FAKTORY.....	98
5.2.1 Geografická blízkost zákazníků	99
5.2.2 Geografická blízkost konkurence	101
5.2.3 Geografická blízkost dodavatelů	103
5.2.4 Dostupnost doplňkových služeb.....	104
5.2.5 Možnost spolupráce s konkurencí	106
5.2.6 Blízkost jiných závodů stejného podniku	107
5.3 PRACOVNÍ FAKTORY	109
5.3.1 Mentalita zaměstnanců.....	111
5.3.2 Dostupnost kvalifikovaných lidských zdrojů	112

5.3.3 Cena práce (úroveň mezd)	114
5.4 INFRASTRUKTURNÍ FAKTORY	115
5.4.1 Stav dopravní infrastruktury.....	116
5.4.2 Náklady na dopravu.....	117
6 ANALÝZA LOKALIZAČNÍCH FAKTORŮ MSP	119
6.1 POPIS ZKOUMANÝCH ODVĚTVÍ VE VZTAHU K VÝZKUMU A VLIV VYBRANÝCH FAKTORŮ NA JEDNOTLIVÁ ODVĚTVÍ.....	119
6.1.1 Zpracovatelský průmysl.....	120
6.1.2 Zásobování vodou, služby související s odpadními vodami, odpady a sanacemi	122
6.1.3 Stavebnictví.....	123
6.1.4 Velkoobchod a maloobchod, opravy a údržba motorových vozidel.....	123
6.1.5 Doprava.....	125
6.1.6 Ubytování, stravování a pohostinství.....	125
6.1.7 Informační a komunikační činnosti	126
6.1.8 Peněžnictví a pojišťovnictví.....	126
6.1.9 Činnosti v oblasti nemovitostí.....	127
6.1.10 Profesní, vědecké a technické činnosti	127
6.1.11 Administrativní a podpůrné činnosti.....	128
6.1.12 Vzdělávání.....	128
6.1.13 Ostatní činnosti.....	129
6.2 ZKOUMANÉ LOKALIZAČNÍ FAKTORY ZE SEKTOROVÉHO HLEDISKA	129
6.3 POROVNÁNÍ TVRDÝCH A MĚKKÝCH LOKALIZAČNÍCH FAKTORŮ	132
6.4 ZÁVISLOST HODNOCENÍ LOKALIZAČNÍCH FAKTORŮ NA VELIKOSTI PODNIKU	133
6.5 ZÁVISLOST HODNOCENÍ LOKALIZAČNÍHO FAKTORU NA PŘEDMĚTU ČINNOSTI.....	136
6.6 ZÁVISLOST HODNOCENÍ LOKALIZAČNÍHO FAKTORU NA ATRAKTIVITĚ REGIONU PRO INVESTORY	137
6.7 OVĚŘENÍ SHODY HODNOCENÍ PODNIKY SEKUNDÁRNÍHO A TERCIÁRNÍHO SEKTORU	141

6.8 SHLUKOVÁ ANALÝZA ZKOUMANÝCH LOKALIZAČNÍCH FAKTORŮ	143
6.9 DALŠÍ IDENTIFIKOVANÉ PROSTOROVÉ LOKALIZAČNÍ FAKTORY	147
6.9.1 Inkubátory a vědecko-technické parky (VTP)	147
6.9.2 Blízkost inovačních center	148
6.9.3 Územně analytické podklady	148
6.9.4 Územní plán	149
7 PŘÍNOS PRO TEORII A PRAXI.....	150
ZÁVĚR	152
SEZNAM CITACÍ.....	156
Bibliografie	172
Dosavadní publikační činnost	175
Přílohy.....	177

Seznam ilustrací

Obr. 1: Tvrdé a měkké lokalizační faktory a jejich význam při lokalizaci firemních aktivit v regionu z pohledu vrcholového managementu	39
Obr. 2: Klasifikace zkoumaných lokalizačních faktorů do skupin a podskupin	48
Obr. 3: Implementace výběru lokalizace do strategického rozhodování.....	57
Obr. 4: Test normality pro lokalizační faktor Dostupnost informačních a komunikačních technologií.	66
Obr. 5: Hodnocení faktoru tradice a historie lokality	75
Obr. 6: Hodnocení faktoru kvalita a atraktivita území	77
Obr. 7: Hodnocení faktoru zázemí města	78
Obr. 8: Hodnocení faktoru dostupnost informačních a komunikačních technologií.....	80
Obr. 9: Hodnocení faktoru hospodářský stav regionu	82
Obr. 10: Hodnocení faktoru image regionu	83
Obr. 11: Hodnocení faktoru možnosti využití volného času	84
Obr. 12: Hodnocení faktoru spolupráce se státní správou	86
Obr. 13: Hodnocení faktoru kvality úřadů práce	87
Obr. 14: Hodnocení faktoru přítomnost zahraničních firem.....	88
Obr. 15: Hodnocení faktoru dostupnosti a kvality výzkumných zařízení	90
Obr. 16: Hodnocení faktoru výše daní a poplatků	92
Obr. 17: Hodnocení faktoru disponibilita nebytovými a kancelářskými prostory	93
Obr. 18: Neelastická nabídka.....	94
Obr. 19: Hodnocení faktoru ceny ploch a budov	95
Obr. 20: Hodnocení faktoru ekologické požadavky, podmínky a standardy.....	98
Obr. 21: Hodnocení faktoru geografická blízkost zákazníků	100
Obr. 22: Hodnocení faktoru geografická blízkost konkurence	102
Obr. 23: Hodnocení faktoru geografická blízkost dodavatelů	103
Obr. 24: Hodnocení faktoru dostupnost doplňkových služeb.....	105
Obr. 25: Hodnocení faktoru možnost spolupráce s konkurencí.....	107
Obr. 26: Hodnocení faktoru blízkost jiného závodu stejného podniku	109
Obr. 27: Hodnocení faktoru mentalita zaměstnanců	111
Obr. 28: Hodnocení faktoru dostupnost kvalifikovaných lidských zdrojů	113

Obr. 29: Hodnocení faktoru cena práce	115
Obr. 30: Hodnocení faktoru stav dopravní infrastruktury	117
Obr. 31: Hodnocení faktoru náklady na dopravu	118
Obr. 32: Optimální poloha zpracovatelského závodu s využitím překladiště	120
Obr. 33: Optimální poloha zpracovatelského závodu bez využití překladiště	121
Obr. 34: Shluková analýza lokalizačních faktorů dle hodnocení jednotlivými respondenty	145

Seznam tabulek

Tab. 1: Rozdělení měkkých lokalizačních faktorů na podnikatelské a individuální a jejich diferenciaci v jednotlivých oblastech.....	42
Tab. 2: Typologie lokalizačních faktorů.....	47
Tab. 3: Kritéria pro vymezení drobného, malého a středního podnikání	50
Tab. 4: Charakteristika vybraných respondentů dle odvětví	62
Tab. 5: Charakteristika oslovených podniků	64
Tab. 6: Test normality pro lokalizační faktor Dostupnost informačních a komunikačních technologií	66
Tab. 7: Kontingenční tabulka pro lokalizační faktor Cena práce.	67
Tab. 8: Závislost hodnocení lokalizačních faktorů na velikosti podniku	135
Tab. 9: Ověření závislosti hodnocení lokalizačního faktoru na ekonomické činnosti	136
Tab. 10: Rozdělení regionů dle výše PZI	139
Tab. 11: Test hypotézy o závislosti hodnocení lokalizačních faktorů na atraktivitě regionu.	140
Tab. 12: Regresní analýza pro skupinu pracovních lokalizačních faktorů v modelu s konstantou	141
Tab. 13: Regresní analýza pro skupinu pracovních lokalizačních faktorů v modelu bez konstanty	142
Tab. 14: Vzájemné propojení jednotlivých shluků	146

Seznam použitých zkratek a symbolů

ČNB	Česká národní banka
ČSÚ	Český statistický úřad
EU	Evropská unie
FO	Fyzická osoba
HDP	Hrubý domácí produkt
MI	Materiálový index
MSP	Malé a střední podniky
PZI	Přímé zahraniční investice
RA	Regresní analýza
SA	Shluková analýza
TCM	Teorie centrálních míst
ÚAP	Územně analytické podklady
ÚP	Územní plán
VB	Velká Británie
VŠE	Vysoká škola ekonomická
VTP	Vědecko-technické parky
VÚTS	Výzkumný ústav textilních strojů
ZŠ	Základní škola

ÚVOD

V tržní ekonomice se malému a střednímu podnikání přikládá významná socioekonomická úloha zapříčiněná jeho podstatným vlivem na rozvoj území. Velký počet malých a středních podniků a značný počet jimi nabízených pracovních míst jsou hlavními důvody, proč je malým a středním podnikům věnována řada odborných studií a výzkumů. Jedním z možných způsobů přilákání podniků do území je přitom zlepšení podmínek ovlivňujících jejich rozhodnutí o možné lokalizaci. Lokalizační faktory lze proto v poslední době považovat za téma zasluhující zvýšenou pozornost. Aktuálnost tohoto tématu je zřejmá také z podobných provedených výzkumů, jejichž pozornost byla zaměřena na faktory představující klíčovou roli při rozhodování o umístění ekonomického subjektu. Žádný ze známých výzkumů však nebyl nezaměřen na jednotlivé ekonomické subjekty z hlediska odvětví a předmětu činnosti. Záměrem disertační práce je proto vymežit a blíže charakterizovat odvětvově specifické faktory a pomoci tak ke snazší přípravě podmínek pro nově přichozí podniky.

Práce je členěna do šesti základních částí. První část vychází z literární rešerše zaměřené na problematiku regionální a prostorové ekonomiky, která má dopomoci k jednodušší interpretaci teorií lokalizačních. Dále je v rámci této části popsán vývoj lokalizačních teorií, na který navazuje samotná problematika lokalizačních faktorů. Literární přehled však není úplný, především proto, že některé teorie byly již brzy po svém objevení kritizovány pro nerealistické zjednodušení reality. Ve většině teorií se například vychází z toho, že ekonomické subjekty se v území chovají racionálně, tzn., že jejich hlavní snahou je maximalizovat zisk a dosáhnout co největšího prospěchu, což v realitě vždy nemusí platit. Jak upozorňuje například Wokoun (2004, s. 67), jsou teorie lokalizace rozpracovány pouze z dílčího hlediska, jehož absolutizace znamená do jisté míry nepřijatelnost podstaty teoretické koncepce. Záměrem vypracovaného přehledu je proto zachytit pouze základní a nejčastěji používané teorie spojené s lokalizací firem a vymežit hlavní lokalizační faktory. Úvodní partie jsou věnovány tradičním lokalizačním teoriím, které byly vytvořeny za podmínek abstrakce a které vyšly z reality zejména primárního a sekundárního sektoru. S rozvojem terciárního sektoru bylo potřeba lokalizační teorie modifikovat. Tyto

modernější teorie jsou potom přiblíženy v kapitolách „lokalizace služeb“ a „současné lokalizační teorie“, které podkapitolu lokalizačních teorií uzavírají. První část práce tak v podstatě obsahuje souhrn hlavních přístupů k teoriím lokalizace a jejich historický přehled, na který již navazují samotné lokalizační faktory. Lokalizační faktory jsou na závěr literárního přehledu pro lepší pochopení nejdříve popsány, dále následuje jejich obecná typologie a podrobnější klasifikace. Větší pozornost je zde přitom věnována tvrdým a měkkým lokalizačním faktorům, jelikož jak uvádí ve své knize např. Rumpel (2008, s. 11), *„vliv nových technologických, politických a ekonomických změn v nejvyspělejších zemích světa postupně začíná více akceptovat nové faktory konkurenceschopnosti regionu.“* I přes rostoucí význam měkkých faktorů jsou však tvrdé faktory, jak uvádí Rumpel (2008, s. 13), *„při vysvětlování prostorového rozložení socioekonomických aktivit stále velmi důležité.“*

V rámci druhé kapitoly je pozornost věnována drobným, malým a středním podnikům, které jsou cílovou skupinou následného výzkumu. Na jejich stručnou charakteristiku navazuje deskripce vlivu lokalizačních faktorů na jednotlivé fáze strategického rozhodování.

Dále jsou vysvětlena metodologická východiska výzkumu a popsány jednotlivé fáze výzkumného projektu od určení cílů až po samotné statistické zpracování dat. Detailně je zde uvedena charakteristika šetření a také problematika náhodného výběru a použité metody statistického zpracování dat. Konkrétně se jedná o test normality získaných dat, kontingenční analýzu, Kruskal-Wallisův test, regresní a shlukovou analýzu.

Na metodologická východiska navazuje výzkum jednotlivých lokalizačních faktorů, které jsou dle svého zaměření rozděleny do čtyř tematických skupin. Nejdříve se výzkum zaměřil na 15 regionálních lokalizačních faktorů, dále na šest obchodních faktorů, tři pracovní a dva infrastrukturní faktory. Pro lepší pochopení je každý zkoumaný faktor nejdříve vysvětlen, následuje jeho grafické zpracování, které je doplněno komentářem. Ke každému z faktorů je pak možné v Příloze B nalézt podrobnou elementární analýzu. V rámci

jednotlivých odvětví jsou u každého faktoru uvedeny základní charakteristiky popisné statistiky.

Další část se zabývá diskusí, shrnutím získaných výsledků a popisem zkoumaných odvětví z hlediska vztahu k lokalizačním faktorům. Lokalizační faktory jsou zde posuzovány dle vlivu na sekundární a terciární sektor a samostatná kapitola je věnována také tvrdým a měkkým lokalizačním faktorům. Závěrečná kapitola je věnována verifikaci hypotéz o závislosti hodnocení faktorů na jednotlivých vysvětlujících veličinách. Zároveň je vymezeno několik prostorových lokalizačních faktorů, které se vztahují k dané oblasti a kterým není v rámci dosavadních teorií věnována přílišná pozornost.

Cílem poslední části je nastínit možný přínos disertační práce pro teorii i praxi. Z důvodu snadnější interpretace je zde uveden příklad ze Strategie udržitelného rozvoje Libereckého kraje. V rámci celé disertační práce je zřejmá vzájemná interakce mezi problematikou lokalizačních faktorů a jejich vlivů na podniky a regionální politikou. Obecně lze přitom říci, že v rámci regionální politiky je, na rozdíl od tradičních politik, které zdůrazňují spíše obtížné dosažení ekonomické rovnováhy, hlavní důraz kladen na ekonomický růst a rozvoj dané oblasti. Konkurenceschopnost regionu by měla být zvýšena především přilákáním nových ekonomických subjektů, k čemuž je důležité znát, které faktory tyto subjekty ovlivňují při jejich lokalizaci. Největší pozitivita v příchodu nových firem a v alokaci jejich kapitálu v zaostalejších oblastech lze spatřovat především ve zmírnění problémů nezaměstnanosti, transferu nových technologií a v omlazení výrobní struktury. Je však potřeba si uvědomit, že příchod nových investorů do zaostale oblasti nemusí mít na stávající situaci v regionu vždy jednoznačně pozitivní vliv. Existuje totiž reálná možnost, že tyto nově příchozí firmy budou stávajícím firmám v daném regionu nebezpečně konkurovat a tím ohrozí jejich životaschopnost. Rozdíly jednotlivých regionů jsou přitom v některých státech znatelné více a v některých naopak méně. Například Slovensko se vyznačuje výraznými regionálními rozdíly, které jsou dány především geograficky, historicky a kulturně (Bednářová, 2011, s. 14). Z pohledu České republiky lze konstatovat, že po roce 1989 nebyly zaznamenávány velké disparity mezi jednotlivými regiony. Tato situace se postupem času změnila díky velkému počtu nových začínajících podniků a také

díky strukturální změně, kterou české hospodářství v posledních několika letech prošlo. Došlo zde především ke snížení podílu zemědělské a průmyslové činnosti na tvorbě HDP ve prospěch podílu terciárního sektoru. Což byl jeden z důvodů, proč byl z výzkumu vyřazen primární sektor. Procesy změn v ekonomice vedou ke změnám v alokaci práce a kapitálu a k přelévání těchto výrobních faktorů z jednoho sektoru do druhého. Regionům, které se chtějí zaměřit zejména na rozvoj terciárního sektoru, je věnována část diskuze mapující lokalizační faktory ovlivňující největší měrou právě umístění podniků služeb, a které jsou naopak důležité pro podniky zabývající se průmyslovou produkcí.

Nejen v České republice, ale všude ve světě je každý rok investováno velké množství finančních prostředků do rozvoje a podpory podnikání. Ze současného ekonomického vývoje posledních několika let je však zřejmé, že ne všechny peněžní prostředky jsou vynakládány efektivně. Jeví se proto jako žádoucí zamyslet se, zda by nebylo pro současnou ekonomiku lepším řešením, neinvestovat takové množství finančních prostředků do pobídek pro nové podniky, ale spíše se zaměřit na lokalizační faktory ovlivňující dané podniky pozitivně a následně investovat do zlepšení podmínek v jednotlivých oblastech a tím ekonomické subjekty efektivně povzbudit k jejich podnikatelské aktivitě.

1 CÍLE A VÝZKUMNÉ OTÁZKY

Doktorská disertační práce si klade za hlavní cíl *vysvětlit prostorové chování firem a rozpoznat vlivy, které hrají při rozhodování o lokalizaci podniků specifický význam*. Lokalizační faktory jsou v disertační práci zkoumány zejména z pohledu odvětví, velikosti podniku a u vybraných lokalizačních faktorů je také hodnocena atraktivita dané oblasti. Dílčím cílem práce je charakterizovat důležité lokalizační faktory z hlediska jednotlivých ekonomických odvětví a tím odhalit jak prostorově neutrální odvětví, tak odvětví lokalizačně náročná. V návaznosti na tyto cíle byla stanovena hlavní hypotéza: *„Existují jednak lokalizační faktory, které působí univerzálně ve všech ekonomických odvětvích, a dále pak faktory, které se specificky projevují pouze v některých odvětvích.“* Na tuto hypotézu navazuje řada dílčích hypotéz a výzkumných otázek, které byly formulovány na základě teoretických poznatků a vlastního výzkumu.

Dílčí zkoumané hypotézy:

- Hodnocení zkoumaného faktoru je závislé na velikosti podniku.
- Hodnocení zkoumaného faktoru je závislé na atraktivitě vybraného regionu.
- Hodnocení jednotlivých faktorů průmyslovými podniky a podniky služeb lze považovat za shodné.

Dále byly vymezeny podpůrné výzkumné otázky, jejichž východiskem byla provedená literární rešerše a které byly vyhodnoceny pomocí elementárních metod popisné statistiky:

- Faktor ekologické požadavky, podmínky a standardy bude obecně důležitější pro oblast průmyslu než pro oblast služeb.
- Faktor výše daní a poplatků bude nejpodstatnější pro sekci I – ubytování, stravování a pohostinství.
- Lokalizační faktor image regionu nebude příliš významný pro firmy zabývající se průmyslovou výrobou.
- Lokalizační faktor dostupnost doplňkových služeb bude mít větší význam pro ekonomické subjekty poskytující služby než pro průmyslové podniky.

- Lokalizační faktor mentalita zaměstnanců nebude hrát tak významnou roli při lokalizaci průmyslových podniků jako při lokalizaci podniků služeb.
- Pracovní faktory hrají významnější roli v oblasti služeb.
- Výše dopravních nákladů a stav dopravní infrastruktury budou podstatnějším faktorem pro průmyslové podniky než pro ekonomické subjekty zabývající se poskytováním služeb.
- Blízkost jiného závodu stejného podniku bude důležitější pro větší a průmyslové podniky.

Z teoretického hlediska je záměrem práce integrovat poznatky regionální a podnikové ekonomiky, vyvolat a prohloubit seriózní a fundovanou diskuzi o významnosti jednotlivých lokalizačních faktorů na rozhodování o umístění firem.

2 LITERÁRNÍ PŘEHLED

Lokalizaci ekonomických subjektů a prostorovou ekonomiku na jedné straně a vývoj regionu a regionální politiku na straně druhé není možno od sebe striktně oddělit, jelikož faktory, mezi které patří například hospodářská a socioekonomická struktura, společně vytváří strukturu regionu a působí také z dynamického hlediska na jeho rozvoj a tím i na lokalizaci firem (Maier a Tödling, 1997, s. 25). Z tohoto důvodu jsou nejdříve stručně vymezeny pojmy regionální a prostorové ekonomie, na které v další kapitole navází nejvýznamnější lokalizační teorie a konkrétní lokalizační faktory. Jak uvádí například Boschma a Frenken (2004, s. 274), charakteristika pouze hlavních teorií je ve všech disciplínách sice velmi obtížná, ale užitečná ve smyslu odlišení nových výzkumných programů od těch již existujících.

2.1 REGIONÁLNÍ A PROSTOROVÁ EKONOMIE

Ekonomické vědy zkoumají lidské chování v prostoru omezeném množstvím statků a jejich úsilí se soustřeďuje na maximální užitek, kterého by mělo být dosaženo s co nejnižším nasazením výrobních faktorů (Ivanička, 1987, s. 52). Regionální i prostorová ekonomie patří mezi ekonomické vědy, které zkoumání lidského jednání omezují na hledisko ekonomického užitku firmy. Regionální vědy lze v podstatě chápat jako rámcový a souhrnný obor zabývající se studiem prostorových jevů, procesů a vztahů ve společnosti. Současné osídlení¹ v prostoru lze označit za složitý systém, ve kterém existuje velké množství nejrůznějších vazeb, především pak dodavatelsko-odběratelských (Kadeřábková, 1996, s. 7). Regionální ekonomie se zabývá prostorovým rozložením ekonomických aktivit a prostorovými rozdíly v úrovních jejich ekonomické výkonnosti (Ježek, 1998, s. 14) a je, vzhledem k ostatním ekonomickým teoriím, považována za poměrně mladou disciplínu, vyznačující se výraznou interdisciplinární povahou. Matoušková (2000, s. 15) ve svém díle

¹ Pod pojem osídlení lze zahrnout výsledky aktivity člověka v daném území, jež se projevují v koncentraci obyvatelstva do sídel. Dále lze osídlení charakterizovat jako určitou ekonomickou činnost, jež v sídlech převládá (zemědělství, služby, apod.).

definuje **regionální ekonomii** jako zprostředkovatele zavedení prostoru do obecných ekonomických teorií a praktických postupů a následné uplatnění těchto teorií a postupů v prostorové analýze. S rozvojem společnosti totiž docházelo k novým impulsům, které bylo třeba řešit. Mezi tyto impulzy lze zařadit především rostoucí nedostatek a cenu půdy (Ponikelský a kol., 2008, s. 10). Přestože rozkvět regionální ekonomie nastal až ve druhé polovině 20. století, svoje základy má pochopitelně mnohem dříve, kdy se však jednalo pouze o samostatné teorie bez praktického využití. Do popředí zájmu se regionální ekonomie dostává teprve od 50. let 20. století a v současné době lze již nalézt značné množství teoretických a metodologických přístupů, které se postupně začleňují i do ostatních ekonomických disciplín, jakými jsou například logistika, geografie, sociologie, marketing, atd. (Capello, 2007, s. 26). Obecně lze pak konstatovat, že od začátku roku 1990 se prostorové zaměření v ekonomických vědách posunulo především na rozvoj měst a regionů (Cooke a Lazzeretti, s. 81). Regionální ekonomie je často označována za **prostorovou ekonomii**, přestože ta klade důraz především na význam prostoru a vzdálenosti (Ježek, 1998, s. 14), a ve které se jedná o soubor modelů a teorií, které popisují ekonomickou realitu s ohledem na prostorové rozmístění v dané oblasti (Čadil, 2010, s. 5).

Prostorovou ekonomii jako takovou lze členit na lokalizační teorii, teorii prostorové mobility a regionální růstové a rozvojové teorie a lze je označit za tři komplexy teoretických přístupů k vysvětlení ekonomického prostorového systému, přičemž lokalizační teorie bývá obecně považována za nejstarší součást prostorové ekonomie, jejíž snahou je nalezení faktorů, které ovlivňují lokalizační rozhodování ekonomických subjektů. Dle von Beuvena se prostorová ekonomie snaží vysvětlit především rozložení ekonomických aktivit v geografickém prostoru a jejich vzájemné interakce prostřednictvím mobility výrobních faktorů, přenosu informací a jejich vývoj v čase za působení technických, sociálních a politických faktorů (Ježek, 1998, s. 15). Kolektiv pod vedením Matouškové (2000, s. 21) vysvětluje prostorovou ekonomiku jako rozhodování ekonomických subjektů o své prostorové lokalizaci, tedy o vhodném umístění v daném území. Toto rozhodování je vyvoláno skutečností, že každý ekonomický subjekt potřebuje ke svému fungování určité statky, které jsou však v území rozmístěny nerovnoměrně. Jsou

tedy k dispozici pouze v určitých územích, v nestejně kvalitě, množství a za odlišnou cenu. Přímo ovlivňovat prostorovou strukturu regionů se snaží také hospodářsko-politické zásady a opatření, která jsou za tímto účelem přijímána státní instancí. Cílem této regionálně hospodářské politiky je především přerozdělení hospodářských zdrojů z hospodářsky silných do hospodářsky slabých regionů a tím snížení prostorových disparit za přispění optimálního rozmístění firem. Hučka (2001, s. 22) tuto regionálně hospodářskou politiku chápe jako integrální součást strukturální politiky, jež se snaží řešit regionální disparity a podporovat tak harmonický a vyvážený rozvoj regionů, snižovat nezaměstnanost, rozvíjet lidské zdroje, chránit životní prostředí, atd. Prostorově diferencované rozmístění statků potřebných pro ekonomickou činnost je také základním předpokladem při rozhodování o lokalizaci.

Proces rozhodování o lokalizaci jako takový pak lze zjednodušeně rozdělit do dvou základních fází. První fáze je nazvána **informační** a obsahuje především zjištění rozhodovacích kritérií. Tuto fázi ovlivňuje především dostupnost, kvalita a včasnost informací a dále důvěryhodnost informačního zdroje. Druhou fázi lze nazvat jako **rozhodovací**, ve které jsou zjištěná ekonomická (náklady, zisk, úspory) a mimoekonomická kritéria (vztah k lokalitě, sociální aspekty) posuzována.

2.2 TEORIE LOKALIZACE

Z výše uvedeného vyplývá, že každé místo disponuje určitými zdroji a každá ekonomická aktivita se vyznačuje specifickými potřebami, proto nejlepší umístění dané aktivity je tam, kde jsou zdroje optimální. Základním předpokladem lokalizace je tedy prostorově diferencované rozmístění statků potřebných k výkonu ekonomické činnosti. Hlavní příčinou vzniku lokalizačních teorií je tedy absence ideálního homogenního prostředí, tzn., oblasti kde jsou zdroje zcela rovnoměrně rozděleny v prostoru, kterým je naprostá rovina a dále výrobní činitelé a produkce jsou dokonale mobilní a dělitelní na malé části.

Jednotlivé lokalizační teorie a přístupy k lokalizaci se postupem času mění a tím se mění

také lokalizační faktory a skutečnosti, které je ovlivňují. Počátky samotné lokalizace není možné definovat, jelikož jakási lokalizace se objevovala i v dávné minulosti. První lidé se usídlovali v místech, která považovali za bezpečná a která jim zajišťovala přežití, tzn. v místech obživy, kde byly vhodné přírodní a klimatické podmínky, které lze považovat za tehdejší hlavní lokalizační faktory. Postupem času, když se v neolitické době začalo rozvíjet zemědělství, jsou jako hlavní lokalizační faktor pokládány příznivé podmínky pro zemědělskou výrobu. Po zemědělství následoval rozvoj řemesel a hlavním lokalizačním faktorem se stala těžba a zpracování kovů. S rozvojem řemesel, jejich koncentrací a s tím souvisejícím obchodem dochází ke vzniku měst a opět k odlišným lokalizačním faktorům. Další změny ve vývoji lokalizačních teorií lze přisuzovat vzniku energetiky, automatizace a dále k informační revoluci, která vedla ke snížení vzdáleností a ke globalizaci. Lokalizační teorie proto rozlišují firmy dle charakteru činnosti provozu podniku a jeho předmětu podnikání na materiálově, pracovně, dopravně, odbytově a energeticky orientované (Ivanička, 1971, s. 77). Čadil (2010, s. 7) považuje lokalizační teorie za standardní mikroekonomickou analýzu firmy, kde význam jednotlivých lokalizačních faktorů je především individuální povahy a závisí na preferencích a produkční funkci ekonomického subjektu.

Massey rozlišuje **čtyři základní směry lokalizačních teorií**:

- Prvním je snaha o vysvětlení jednotlivých lokalizačních rozhodnutí. Do této oblasti je řazen Weber a jeho lokalizační teorie a definování faktorů lokalizace.
- Ve druhém směru byla zkoumána vzájemná závislost lokalizačních rozhodnutí a byl vytvořen tzv. Hotellingův (1929) model firem konkurujících o tržní prostor. Harold Hotelling se v podstatě snažil ukázat, že i pro malé firmy je přirozené, že se snaží dosáhnout alespoň na určitém území pozice monopolu.
- Další směr vychází z behaviorálního paradigmatu a vyzdvihuje měkké lokalizační faktory.
- Čtvrtý směr lokalizačních teorií představují teorie regionální rovnováhy, jejichž cílem je vysvětlení prostorového uspořádání ekonomiky jako celku. Za nejvýznamnější teorii je považována teorie centrálních míst (Ježek, 1998, s. 59).

2.2.1 Nejstarší přístupy k lokalizačním teoriím

Od prostorového rozmístění výroby bylo z historického hlediska ve většině významných ekonomických děl abstrahováno. První okrajové zmínky o prostoru v souvislosti s ekonomickou činností lze zaznamenat při zkoumání problematiky mezinárodního obchodu u merkantilistů cca v 15. až 17. století (Starzyczná, 2007, s. 12). Podrobně však ovlivňování obchodu vzdáleností jednotlivých zemí nebylo zkoumáno ani zde. Za decizivní faktor lokalizace byla považována vzdálenost prostorově oddělených ekonomických subjektů a hlavním představitelem tohoto přístupu byl ministr financí za vlády Ludvíka XIV. Jean Baptist Colbert. Podobně ani fyziokraté v 18. století se prostorovou ekonomikou nezabývali dopodrobna, ale pouze okrajově v souvislosti se zkoumáním vztahů mezi městem a venkovem a mezi produktivními a neproduktivními resorty. Větší pozornost lokalizaci a lokalizačním faktorům byla věnována teprve v teoriích týkajících se pozemkové renty. Konkrétně anglický ekonom David Ricardo definoval jako dva faktory pozemkové renty úrodnost pozemků a jejich polohu. Z logiky věci plyne, že pokud bychom předpokládali, že má veškerá půda tytéž vlastnosti a kvalitu a pokud by jí bylo neomezené množství, pak by za její užívání nemohl být požadován žádný poplatek, tzn. žádná pozemková renta. Z hlediska lokalizačních teorií lze konstatovat, že nejdříve se v 19. a na začátku 20. století objevovaly spíše speciální teorie zaměřené na jednotlivá odvětví. Nejdříve na zemědělství, dále na průmysl a později se objevuje i snaha o zpracování všeobecné lokalizace vysvětlující umístění hospodářské jednotky bez ohledu na ekonomické odvětví.

Větší zřetel na lokalizační teorie a na možné lokalizační faktory firem se začíná brát po druhé světové válce. Tento trend je způsoben především poválečnými problémy, velkými disparitami mezi jednotlivými oblastmi postiženými válkou a nutností jejich poválečné obnovy. Tento poválečný vývoj je možné rozdělit na:

- americkou školu, jež je založena především na abstraktních ekonomických schématech a modelech vycházejících z prostorových teorií především A. Lösch. Mezi hlavní představitele patří například W. Isard, o němž bude podrobněji pojednáno v dalších kapitolách;

- francouzskou školu, jež se soustředí především na konkrétní historické analýzy a teorii růstu.

Za první systematicky pojatou lokalizační teorii je považována von Thünenova (1826) **teorie lokalizace zemědělských činností**, která vznikla při empirickém zkoumání využití půdy kolem městečka Thelkow v Meklenbursku nedaleko Rostocku a která je zaměřena především na řešení otázek lokalizace zemědělské produkce. Tento model popisuje situaci na izolovaném regionálním trhu se stejnou úrodností zemědělské půdy, pouze jedním odbytovým trhem a v podmínkách dokonalé konkurence. Produkty jsou tedy prodávány na jediném trhu uprostřed a je-li jednotná cena pro každý výrobek, pak je potřeba subjekt lokalizovat tak, aby bylo dosaženo maximální možné renty.² Hlavním lokalizačním faktorem zemědělské produkce je vzdálenost odbytového trhu a s tím související náklady na dopravu (Thünen, 1826).

Díky rozvoji průmyslu bylo nutno řešit problém jeho lokalizace. První pokrok v této oblasti zaznamenala díla Roschera (1865) a Schöffleho (1873). Další významnou prací v této oblasti je pak dílo Launhardta (1885), který abstrahuje od všech lokalizačních faktorů kromě dopravních. Základem tohoto díla je vytvoření lokalizačního trojúhelníku, jehož vrcholy znázorňují surovinu A, surovinu B a trh výrobků. Lokalizační optimum leží uvnitř trojúhelníku a působí na něj protichůdné síly, které se ho snaží přitáhnout k danému vrcholu a jejichž velikost odpovídá váze přepravovaného nákladu a vzdálenosti. Ani při vzniku této teorie koncem 19. století však nebyly dopravní náklady jediným lokalizačním faktorem.

Za stěžejní dílo v oblasti průmyslu a za tvůrce ucelené klasické teorie je možno považovat **lokalizační teorii Alfreda Webera** (1969), která vychází z toho, že podnikatel se rozhodne pro lokalizaci v místě, kde má nejnižší výrobní náklady, přičemž jednotlivé lokalizační faktory lze různým způsobem klasifikovat. Weber rozeznává následující faktory:

- **všeobecné**, do kterých patří především náklady na dopravu, pracovní síly a pozemková renta. Tyto faktory působí v každém průmyslovém odvětví;

² Mezi determinanty renty patří vyráběný výrobek, cena na trhu a dopravní náklady.

- **speciální**, do kterých řadí například požadavky na podnebí, čistotu vody a které se váží pouze na určité odvětví.

Ve své teorii se Weber zabývá pouze faktory všeobecnými, které dále dělí na **regionální** faktory vyplývající ze vztahu firem a geografických podmínek daného území, a na faktory **aglomerační**, které vyplývají ze vzájemného působení firem.³ Na základě zkoumání lokalizačních faktorů pak Weber dochází k závěru, že lze všechny regionální faktory zahrnout do dopravních nákladů nebo nákladů na pracovní sílu nebo mezi ostatní faktory, které nepůsobí regionálně ale aglomeračně. Jako tři hlavní faktory lokalizace průmyslového závodu uvádí:

- dopravní náklady, které považuje za nejdůležitější;
- náklady na pracovní sílu;
- spotřebitelské aglomerace (Kadeřábková, 1996, s. 42).

Mezi hlavní přínos Webera lze označit zavedení termínů „lokalizační faktor“, „ubikvitní suroviny“⁴ a „materiálový index“⁵, rozšíření představ o lokalizačních faktorech zavedením faktoru pracovních sil a faktoru aglomeračního. Weberovo dílo průmyslové lokalizace rozvinuli například Oskar Engländer (1925), který vyzdvihl zejména faktor poptávky a odbytu zboží, či Edgar Hoover (1948), který vyšší zisky při lokalizaci hledá v „napojení“ průmyslového závodu na základní výrobní činnost v dané oblasti.

2.2.2 Všeobecné teorie lokalizace

Teorie všeobecné lokalizace řeší aspekty prostorové ekonomiky v rámci celého národního hospodářství, tedy bez ohledu na jednotlivá odvětví. Hlavním představitelem této teorie byl

³ Faktory deglomerační naopak zapříčiňují rozptýlení výroby.

⁴ Suroviny a zdroje, které jsou v území rozmístěny rovnoměrně v dostatečném množství a v požadované kvalitě za stejnou cenu, takže svým četným výskytem na rozdíl od lokalizovaných materiálů (vyskytujících se pouze v omezeném počtu) neovlivňují lokalizaci.

⁵ Tento index (dále MI) vyjadřuje poměr lokalizovaných surovin k váze produkce. V indexu nejsou zahrnuty všechny potřebné suroviny, ale pouze ty, které je nutno dopravovat. Jeho velikost je tedy rozhodující podmínkou pro určení lokality s nejnižšími dopravními náklady. Pokud je MI vyšší než 1, jedná se o materiálově orientovanou firmu, která svou lokalizaci přiblíží zdrojům surovin. Pokud bude hodnota MI menší než jedna, bude firma orientována spíše na spotřebu a umístí se tak blíže konečnému trhu.

Lösch (1978, s. 5), který v závislosti na úhlu pohledu jako hlavní lokalizační faktor určil odbytový trh a jako vedlejší faktory minimalizaci nákladů na dopravu a na práci. Původní lokalizační teorie byly dle Lösche (1978, s. 9) nejdříve podrobněji diskutovány von Thünenem, detailněji formovány Launhardtem a do mezních případů shrnuty Weberem.

Alfred Weber abstrahoval ve své lokalizační teorii od diferencovaných realizačních cen v závislosti na prostorovém umístění trhu a August Lösch abstrahoval od diferencovaných výrobních nákladů v závislosti na umístění firmy. Teorie, které neabstrahují ani od prostorově diferencovaných výrobních nákladů ani od prostorově diferencovaných realizačních cen, se začaly rozvíjet zejména po druhé světové válce a jsou shrnovány pod tzv. **americkou školou**. Tyto teorie mají podobu složitých matematických modelů o optimálním umístění firmy. Jedním z jejich nejznámějších představitelů je americký ekonom Walter Isard (1956), který modifikoval teorii, jež se sice opírá o Weberovu a Löschovu, ale dává jí nový syntetizující a zobecňující charakter. Typickým znakem těchto teorií je snaha o co nejpřesnější přiblížení praxi a o komplexní zahrnutí ovlivňujících faktorů. V případě Isarda to znamená možnost využití tehdy nových abstraktních matematicko-ekonomických schémat, modelů a počítačové techniky. Další všeobecnou teorii lokalizace se pokusil vytvořit Predöhl, jehož teorie vychází z optimálního umístění na základě nalezení minimálních výrobních nákladů a všeobecného substitučního principu výrobních faktorů.⁶ Dopravní náklady jsou v této teorii považovány za jeden druh výrobních nákladů a trh zde již není soustředěn do jednoho bodu. Dopravu jako nejdůležitější lokalizační faktor ve své teorii uvádí také Palander, který se orientuje na maximalizaci zisku a poprvé využívá časové analýzy vzhledem k existenci procesu prostorové koncentrace a vzájemné konkurence (Kadeřábková, 1996, s. 42), pracuje s cenou determinovanou tržní pozicí prodávajícího a velikostí jím ovládaného trhu a dále předpokládá řadu zjednodušení, jako například homogenitu dopravních ploch či skutečnost, že dopravní tarify jsou funkcí vzdálenosti (Matoušková, 2000, s. 8). Jeho analýza spočívá v nalezení nákladového optima, přičemž jako proměnná zde vystupuje poloha firmy. Odlišný pohled na uspořádání firem v prostoru má pak **francouzská škola**, ze které stojí za

⁶ Jestliže se tedy bude cena nějakého výrobního faktoru měnit, zatímco ceny ostatních výrobních faktorů zůstanou zachovány, bude se firma snažit substituovat drahé zdroje levnějšími.

zmínku především Perroux, který ve své teorii přisuzuje dominantní vliv působení několika málo zemí světa na hospodářský růst ostatních zemí. Tato teorie se nazývá jako **teorie pólů rozvoje** a jejím základním předpokladem je skutečnost, že růst se neprojevuje ve všech oblastech ve stejné intenzitě, čase a se stejnými efekty. Na Perrouxovu odvětvovou polarizaci navazují teorie regionální polarizace, mezi jejichž hlavní představitele patří Myrdal (1957) a Hirschman (1958). V jejich pojetí je již pól růstu označen jako silně rostoucí region či lokalita.

Neoklasickou ekonomii a racionální chování odmítá nejstarší americký institucionalismus, který se zaměřuje na řešení praktických problémů a na ochranu spotřebitele a malého podnikatele před velkými korporacemi a silnými zájmovými skupinami. Institucionalisté ve svých teoriích nenahlízejí na trh jako na nástroj optimální alokace, ale jako na společenskou instituci, která je dána celkovým institucionálním uspořádáním ekonomiky (Holman a kol., 2001, s. 539). Mezi hlavní představitele institucionalismu patří Commons (1936, s. 238), dle jehož názoru se firma snaží především optimalizovat výrobní postupy a docílit tak maximálního zisku. Dalšími významnými představiteli jsou Berle a Means (1932, s. 217), kteří se zabývali lokalizací u velkých amerických korporací, které díky své tržní síle diktují ceny a trh již sám o sobě nerozhoduje o alokaci zdrojů ani investic.

Dalším významným představitelem, který se pokusil popsat prostorové uspořádání firem, byl již zmíněný Hotelling (1929, s. 45), který se zabýval dopadem různých cen na tržní zónu a do neoklasického modelu zavedl prvky nedokonalé konkurence. To znamená, že i malé firmy se v jeho modelu snaží o dosažení pozice monopolu alespoň na určitém území. Dále se zabýval tzv. duopolem⁷, kde díky předpokladu neelastické poptávky dochází k závěru, že pokud bychom měli dva podniky stejné výrobní činnosti, budou se nejspíše lokalizovat na stejném místě a tím se snažit o maximalizaci tržní zóny. Posunem ke konkurentovi totiž zvětšuje daná firma rozsah svých zákazníků, aniž by dosavadní ztratila. Pokud se v teorii upustí předpoklad neelastické poptávky, bude trh nejspíše rozdělen rovnoměrně v závislosti na dopravních nákladech poptávajících. Snížení ceny jednoho z výrobců by pak vyvolalo přesun části spotřebitelů od ostatních dražších výrobců.

⁷ Duopolem rozumíme oligopolní prostředí pouze se dvěma firmami.

2.2.3 Lokalizace služeb

Lokalizační teorie služeb by se dle svého vzniku měly zařadit spíše do oboru geografie než do oboru ekonomie, jelikož jsou založeny převážně na empirickém pozorování a geografické analýze. Z toho důvodu jim nebude v disertační práci dán takový význam. Za nejvýznamnější lokalizační teorii služeb je považována **teorie centrálních míst** (TCM) Christallera (1933), která má zásadní význam pro geografii regionu, a která vysvětluje prostorové uspořádání ekonomiky jako celku. Původně byla tato teorie obecně formulována na základě výsledků výzkumu, který se zabýval prostorovým rozmístěním služeb v Německu. Christaller věrohodně popsal situaci, kdy v prostorové ekonomice existují různé výrobky a služby a ukázal, že různé činnosti potřebují ke svému efektivnímu provozování různý počet zákazníků a tím potřebují také různě velká území (Maier a Řezáč, 1994, s. 38). Zjednodušujícími premisy této teorie je území definované jako ideální rovina⁸, kde se zákazníci i majitelé firem chovají racionálně, dále skutečnost, že přírodní zdroje a spotřebitelé jsou v prostoru rozmístěny rovnoměrně. Přestože Christallův ideální hexagonální model ve skutečnosti neexistuje, má tato teorie praktický význam a při lokalizaci průmyslu jej využívají například Mori, Nishikimi a Smith (2008). Lokalizací služeb se zabýval také Sombart (1934), který ve své teorii dělí města do dvou základních skupin na města vnitřně-orientovaná a na města vně-orientovaná. První skupina měst se soustředí především na služby pro své vlastní obyvatele. Města vně-orientovaná soustřeďují svou produkci nejen na vlastní obyvatele, ale také na služby, které poskytují svému okolí. Jako příklad lze uvést vědeckovýzkumná centra. Dle Coffeyho a Polése (1989, s. 19) patří mezi tři hlavní lokalizační faktory služeb:

- vysoce kvalifikovaná pracovní síla;
- doplňkové služby;
- náklady spojené s dodáním na trh.

⁸ Ideální rovina je charakterizována jako místo, ve kterém neexistují žádné přírodní ani jiné bariéry.

2.2.4 Současné lokalizační teorie

Jak uvádí Viturka (1998, s. 6), za základní rozlišovací znak mezi novějšími a klasickými teoriemi lokalizace lze pokládat výraznou empirickou orientaci vycházející z teorie preferencí. Jako příklad lze ze starších autorů uvést Greenhuta (1959), který ve své teorii nejdříve identifikoval tři skupiny lokalizačních faktorů: poptávkové, nákladové a personální. Dle zkušeností z empirických šetření však dospěl k názoru, že existuje velké množství faktorů, které nelze jednoznačně zařadit do uvedených skupin a zaměřil se na jiné vlivy působící na rozhodování o umístění firmy, například na faktory psychologické. Také z dalších novějších lokalizačních teorií vyplývá rostoucí význam nenákladových faktorů. Lze tedy předpokládat, že velký důraz bude v budoucnosti brán na faktory, kterými jsou například blízkost k trhům Evropské unie, kvalita dopravní infrastruktury, kvalita pracovních sil, kvalita prostředí a jeho vybavenost a na environmentální faktory. Z evropských autorů se touto problematikou zabývají například McKinsey, Klaasen, Hannon, a další. Další novější teorií je teorie Alonsa (1964) zabývající se prostorovou organizací měst, z níž vyplývá, že nejatraktivnější místo pro podnikání a nejvhodnější lokalita pro poskytování služeb bude přímo v centru města. V tradičním uspořádání evropských měst by to znamenalo v jeho středu. Pokud bychom dále předpokládali, že náklady na dopravu rostou úměrně se vzdáleností od centra, musí renta neboli nájemné úměrně vzdálenosti od centra klesat. Alonsův model se stal východiskem pro další modely, např. koncept radiálního města, sektorový nebo polycentrický model města, které jsou označovány za tradiční modely vnitřní struktury města. Velká městská centra jsou jako místo pro nejvhodnější lokalizaci uvedena také v teorii Brittona a Gertlera (1986, s. 176). Jak dále uvádí například Salomon (1988, s. 325), velkou nevýhodou vzdálenější lokalizace od centra jsou především zvýšené náklady na cestování a dopravu. Deavers (1992, s. 32) jako tři klíčové charakteristiky odlehlejších lokalit uvádí:

- nízkou hustotu obyvatel;
- nízkou mzdu;
- velkou vzdálenost a vyšší dopravní náklady.

Výsledkem aplikace **behaviorálního přístupu** jsou inovované lokalizační teorie, které lze přes některé odlišnosti spojovat s neoklasickým přístupem. Behavioristé například zpochybňují předpoklady racionálního chování jednotlivců a firem a místo toho zmiňují člověka jednajícího dle svých osobních potřeb. Do procesu lokalizace tak vstupují například osobní preference manažerů, kteří upřednostňují místa s osobním zázemím, rodinou a přáteli. Dále je zde zpochybňován předpoklad racionálního chování ekonomického subjektu, jehož hlavním cílem je maximalizace užitku. Zastánci těchto teorií tedy nezkoumají, jak by se podniky měly chovat, ale jak se chovají v reálných podmínkách.⁹ Při rozhodování je velmi často obtížné využít optimalizačních metod a propočtů, a proto se manažeři zpravidla řídí zkušenostmi, zjednodušenými postupy a intuicí.

Moderní lokalizační teorie se rovněž zabývají velkými společnostmi a jejich vlivem v různých státech. Lokalizaci velkých společností se věnuje například Dunning (1998, s. 5), jež zkoumal příčiny rozdílné produktivity mezi americkými zahraničními pobočkami ve Velké Británii a jejich mateřskými společnostmi ve Spojených státech. Prvotním impulsem pro tento výzkum byla produktivita práce amerických společností, která byla 2,5krát vyšší než u britských firem, což mohlo být způsobeno jejich výhodnější lokalizací. Dunning dále došel k závěru, že americké pobočky ve VB byly 1,5krát produktivnější než jejich anglická konkurence. Jednou z jeho původních hypotéz přitom bylo, že firmy se do dané země budou lokalizovat formou přímých zahraničních investic než do nich pouze exportovat svou produkci.

Dalším představitelem novějších lokalizačních teorií je Krugman a jeho **nová ekonomická geografie**,¹⁰ která si mimo jiné klade za cíl zodpovědět otázku, proč jsou vlastně úspory z rozsahu jedním z klíčových faktorů lokalizace? Odpověď souvisí s mezinárodním obchodem, díky kterému se může producent soustředit na úzkou skupinu produktů

⁹ Lokalizací, kdy vědomě nejde o nalezení optima (například z důvodu vysokých nákladů), ale o nalezení akceptovatelného řešení, nazýváme heuristickou.

¹⁰ Přestože je tento model chápán spíše jako ekonomický, jelikož obsahuje pouze některé aspekty geografie, někteří preferují jeho zařazení spíše do sféry geografické ekonomie (Brakman at. al. 2001). Tato teorie byla dále rozpracována několika dalšími ekonomy a geografy (např. Martin a Sunley 1996, David 1999, Fijuta 2000).

v dostatečném objemu a tím realizovat úspory z rozsahu. Což může vysvětlovat také skutečnost, proč spolu obchodují země s podobnými produkčními podmínkami. Otevřený mezinárodní obchod dále umožňuje specializaci jednotlivých zemí, tzn. vyrábět specifický produkt pro celý svět a tím nejen realizovat úspory z rozsahu, ale zajistit si také konkurenceschopnost na trhu. Zatímco nová ekonomická geografie zaměřuje svou pozornost především na náklady a mezinárodní obchod, další přístupy k tomuto tématu se již soustředí spíše na dynamiku a schopnost firem učit se novým věcem. Nová ekonomická geografie se tedy nesoustředí na vysvětlení lokalizace konkrétních dynamických odvětví a, jak uvádí Martin (1999, s. 78), není schopna vysvětlit, kde se budou jednotlivá průmyslová odvětví vyskytovat a proč se v jednotlivých oblastech vyskytují více než v jiných.

Krugman (1990, s. 483) v podstatě považuje lokalizační teorie za v principu jednoduché, jelikož lokalizace produkce je často determinována výrobními zdroji s ohledem na maximalizaci zisku. Ve své teorii se zabývá dvěma regiony s dvousektorovou rovnovážnou ekonomikou. Jako příklad uvádí, že těžba hliníku musí být umístěna v blízkosti nalezišť bauxitu a tavení hliníku pak v blízkosti levné elektřiny. Je třeba si však uvědomit, že z výhodné lokalizace neplyne pouze výhoda snížení dopravních či výrobních nákladů, ale také vyšší výrobní kapacita, dodatečný zisk, snadnější expanze na další trhy (Mazzarol a Choo, 2003) či snadnější přístup k dalšímu kapitálu.

Jednou z možností, jak docílit vyšší výrobní kapacity, expanze na ostatní trhy a snadnějšího přístupu ke kapitálu je lokalizace ve formě **klastru**. Klastry, jak uvádí Boschma a Frenken (2004, s. 274), vytvářejí rostoucí výnosy ve vazbě k vzájemně provázané lokalitě a těží z odlišností a komparativních výhod. Autorem patrně nejznámější definice klastru je M. Porter (2000, s. 15), který definuje klastry jako geografická seskupení vzájemně provázaných firem, poskytovatelů služeb, sdružených zprostředkovatelských institucí, zákazníků, atd., kteří spolu soutěží, ale i spolupracují.

2.3 LOKALIZAČNÍ FAKTORY

Lokalizační faktor ve svém důsledku znamená úsporu nákladů, které podnik realizuje v důsledku vhodného prostorového vnímání a je tedy brán za konkurenční výhodu. Základním tématem lokalizačních teorií je vymezit lokalizační faktory a za předpokladu racionálního chování ekonomických subjektů určit jejich optimální umístění. Jde tedy o to zjistit, do jakého místa je vhodné umístit daný ekonomický subjekt,¹¹ aby byly jeho zisky v závislosti na prostorové orientaci co nejvyšší. Prostřednictvím kvality lokalizačních faktorů lze pak determinovat atraktivitu určitého místa. Na lokalizační faktory lze rovněž nahlížet jako na determinanty vhodnosti daného regionu k určitým ekonomickým aktivitám. Kvalitou lokalizačních faktorů je charakterizována atraktivita určitého místa, která je rozhodující pro stávající i přicházející investory.

Lokalizace firem je ovlivňována řadou faktorů, které nejsou stálé, neboť neustále vznikají faktory nové a jiné naopak zanikají. Přitom existuje velké množství firem, které neprovádějí variantní zvažování optimálního prostorového umístění a raději zvolí variantu uspokojivou. Jak uvádí Nelson a Winter (1982, s. 4), rozhodovací proces je založen spíše na rutinním než na racionálním rozhodování a chování ekonomických subjektů není vždy založeno na maximalizaci zisku. Důvodem pro toto, na první pohled neefektivní chování, může být například nedostupnost informací o jednotlivých regionech a vysoké náklady spojené s jejich sběrem, zpracováním a vyhodnocením. Tým kolem Matouškové (2000, s. 49) uvádí, že závažným důvodem pro zvolení tzv. uspokojivé varianty je také skutečnost, že tradiční lokalizační faktory, kterými jsou náklady na dopravu a pracovní sílu, postupně ztrácejí svůj význam a jejich vliv na lokalizační rozhodování se výrazně zeslabuje. Příčinou tohoto vývoje je především technický pokrok v dopravě¹², který výrazně zkrátil vzdálenosti, a dále skutečnost, že dopravní náklady již netvoří tak významnou nákladovou položku. Pokles nákladů na dopravu a odstraňování bariér v mezinárodním obchodu dávají investorům větší prostor při výběru vhodné lokalizace. Půda, která hrála významnou roli v Thüenenově modelu zemědělské výroby, byla v počátcích industrializace vystřídána

¹¹ Ekonomickými subjekty jsou myšleny výrobní podniky nebo podniky služeb.

¹² V tomto směru je potřeba zmínit především železnici, která nejen dopomohla ke snížení vzdáleností a snížení dopravních nákladů, ale také vytvořila trh na národním měřítku.

blízkostí k surovinovým zdrojům a přepravními výhodami. V důsledku technologických změn došlo ke zlepšení dopravního systému, tím se snížily přepravní náklady a snížila se jejich váha při rozhodování o lokalizaci. V současnosti proto existuje několik pohledů na významnost lokalizačních faktorů. (Ježek, 1998, s. 66). Jak uvádí Blažek (2000, s. 63) „*za hlavní lokalizační faktory, které ovlivňují lokalizační rozhodování nadnárodních firem, jsou v současnosti považovány na národní úrovni zejména makroekonomická a politická stabilita, úroveň cenové hladiny a tržní potenciál, na regionální úrovni pak dostatek pracovních sil s odpovídající kvalifikací, dostatek a výhodná cena pozemků, kvalita infrastruktury, blízkost vědecko-výzkumné základy, kvalita životního prostředí v nejširším slova smyslu, dopravní spojení, průmyslová tradice, apod.*“ Význam těchto faktorů se liší dle hlavního motivu investora, kterým může být snaha o minimalizaci nákladů či snaha proniknout na nový trh. Pokud se firma bude snažit minimalizovat náklady, pak budou mít rozhodující význam především cena pracovních sil, energie, pozemků, atd. O proniknutí na trh se pak snaží především investoři v sektoru služeb a jedná se nejčastěji o lokalizaci do metropolitních regionů, kde je vyšší tržní potenciál.

2.3.1 Typologie lokalizačních faktorů

Pohled na klasifikaci lokalizačních faktorů se u autorů zabývajících se lokalizačními teoriemi či regionální ekonomii velmi odlišuje. Z důvodu omezeného prostoru bude proto uvedeno pouze několik příkladů typologie lokalizačních faktorů a větší pozornost bude zaměřena na ty, které jsou v soudobých výzkumech považovány za významné. Například Víturka (1998, s. 8) ve svém díle rozděluje lokalizační faktory do šesti následujících skupin: obchodní faktory, pracovní, nákladové, infrastrukturní, regionální a environmentální faktory. S touto klasifikací se do jisté míry ztotožňuje i výzkum provedený v rámci disertační práce. Pro větší přehlednost jsou v závěru kapitoly jak teoretické, tak i zkoumané lokalizační faktory znázorněny ve formě přehledného schématu.

Dle Ponikelského (2008, s. 44) patří mezi hlavní faktory ovlivňující atraktivnost prostředí pro investory a obyvatelstvo:

- **Poloha regionu a sídelní struktura.** V ČR se například většina regionů rozkládá od centrální oblasti republiky až po periferní hranici, proto zde nejsou regiony považovány za zcela vnitřně homogenní.
- **Infrastruktura,** kterou nelze považovat za rovnoměrně zastoupenou ve všech regionech. Z pohledu ČR lze její základní dopravní síť charakterizovat jako relativně hustou, avšak s evidentně nedostatečnou kvalitou.
- **Životní prostředí,** u kterého lze z pohledu ČR nalézt mnoho prostorových rozdílů.

Starzycná (2007, s. 27) řadí mezi základní faktory lokalizačních aktivit:

- **Přírodní podmínky,** které měly zásadní význam zejména v počátcích společenské výroby a jejichž vliv se v čase mění. V současné době již ovlivňují pouze některá průmyslová odvětví závislá na surovinových zdrojích.
- **Lidské zdroje,** jejichž množství a kvalita jsou dalším rozhodujícím faktorem lokalizace ekonomické aktivity především z důvodu nákladů na pracovní sílu.
- **Demografická struktura obyvatelstva** (věk, pohlaví, vzdělání, spotřeba, vybavenost domácností, příjmová skladba, atd.).
- **Výskyt brownfieldů¹³,** u nichž dochází k jejich opětovnému využívání.
- **Infrastruktura,** kterou lze rozdělit na infrastrukturu technickou, sociální a ekonomickou.¹⁴
- **Životní prostředí** není tradičním lokalizačním faktorem a do popředí se dostalo až díky rozvoji průmyslu, který dopomohl k jeho značnému poškození a v určitých oblastech se může jeho stav stát ekologickou bariérou rozvoje území.

Další pohled na lokalizační faktory akcentuje jejich mobilitu. Weichhart v tomto smyslu rozlišuje mezi faktory **mobilními** a **imobilními**, přičemž různé elementy a faktory regionálních struktur považuje za více či méně mobilní. Míra mobility může být stanovena

¹³ Brownfieldem rozumíme prostor, který byl v minulosti využíván pro průmyslovou, stavební, či jinou činnost a jehož potenciál není již plně využit. Jako příklad lze uvést bývalé tovární budovy, opuštěné armádní prostory nebo pozemky, které jsou velmi často kontaminované.

¹⁴ Technická infrastruktura zahrnuje dopravní podmínky, kanalizaci, energetiku, atd. Sociální infrastruktura je zajišťována například zdravotnickými a školskými zařízeními. Ekonomickou infrastrukturou rozumíme síť bank a finančních institucí.

z ekonomického hlediska pomocí nákladů na prostorový přesun daného faktoru, přičemž imobilními faktory rozumíme ty, které je možno přesunout pouze za cenu vysokých nákladů. Naopak faktory, které lze přesunout při zachování nízkých či nulových nákladů definujeme jako mobilní. Mezi imobilní lokálně ukotvené produkční faktory patří například místní pracovní síla, realizovaný investiční kapitál, půda, infrastruktura, zákony atd. Mezi mobilní lokalizační faktory se řadí podnikatelé, závody, kvalifikované lidské zdroje a především kapitál (Rumpel a kol., 2008, s. 20). Mobilita či imobilita jednotlivých faktorů souvisí se skutečností, že lokalizační rozhodnutí se vždy vztahuje k určité specifické oblasti. Například k produktu, aktivitě, zemi či regionu (Dunning, 2002, s. 13). Lokalizační rozhodnutí jsou kromě subjektivních (neekonomických) faktorů ovlivňována také širokou škálou objektivních (ekonomických) faktorů a cílem firmy je nalézt jejich optimální kombinaci. Na tuto klasifikaci navazuje dělení lokalizačních faktorů na tvrdé a měkké.

2.3.2 Měkké a tvrdé lokalizační faktory

Měkké a tvrdé lokalizační faktory jsou považovány za vzájemně komplementární. Je tedy velmi složité mezi těmito dvěma skupinami rozlišovat a jednoznačný konsensus v podstatě neexistuje, neboť nelze exaktně stanovit jejich vzájemnou hranici. Jako příklad dělení měkkých a tvrdých lokalizačních faktorů lze uvést typologii autorů Dziembowské-Kowalské a Funcka, kteří dělí lokalizační faktory dle jejich vlivu. Za tvrdé jsou v této teorii považovány ty, které přímo ovlivňují regionální dispozice pro určitou ekonomickou aktivitu a mají také bezprostřední dopad na čistý zisk ekonomického subjektu. Za měkké faktory jsou v této teorii označovány faktory, jejichž dopad na ekonomické výstupy není přímo měřitelný, tj. neobjevují se v účetnictví (Rumpel a kol., 2008, s. 14). Pojem měkký a tvrdý faktor je předmětem mnoha diskuzí. Někteří autoři spojují například „měkký“ s menším významem z hlediska dopadu na regionální rozvoj, a proto třeba atmosféru nebo kulturu považují za tvrdý lokalizační faktor. Proti tomuto tvrzení se staví Grabow a Hollbach-Grömig, kteří oponují, že měkké lokalizační faktory mohou být významné, aniž by se musely stát tvrdými. Mezi měkké lokalizační faktory lze zařadit například možnosti dalšího vzdělávání, parky, parkoviště, veřejnou dopravu, zábavní kulturu, tzn. diskotéky,

herny, restaurace, slavnosti ve městě i nabídku možností aktivní seberealizace v oblasti kultury.

Nejfrekventovanější typologie měkkých lokalizačních faktorů pochází tedy od Grabowa a Hollbach-Grömiga, kteří zdůrazňují, že při provádění výzkumné činnosti lokalizačních faktorů je nezbytné pracovat nejen s měkkými, ale i s tvrdými lokalizačními faktory. Jejich význam při lokalizaci firemních aktivit v regionu zobrazuje obr. 1 a jejich formulace zahrnuje:

- **Tvrdé lokalizační faktory**, jejichž kvalita a úroveň je primárně měřitelná a mezi které patří například disponibilita kvalifikovanými lidskými zdroji, disponibilita plochami, dopravní infrastruktura, ceny za prostory, budovy, atd.
- **Měkké lokalizační faktory podnikatelské**, které disponují bezprostředním vlivem na podnikatelskou aktivitu, ale nejsou primárně měřitelné, neboť závisí na subjektivním ohodnocení podnikatele.
- **Měkké individuální lokalizační faktory**, které jsou záležitostí osobních preferencí pracovníků managementů a zaměstnanců a nemají bezprostřední vliv na aktivity podniků, ale spíše na pracovní motivaci a efektivitu (Rumpel a kol., 2008, s. 15).



Zdroj: RUMPEL, P., SLACH, O., KOUTSKÝ, J. Měkké faktory regionálního rozvoje, s. 23.

Obr. 1: Tvrdé a měkké lokalizační faktory a jejich význam při lokalizaci firemních aktivit v regionu z pohledu vrcholového managementu

Tvrdé lokalizační faktory lze vymezit v několika oblastech:

- **trh práce** – disponibilita kvalifikovanými lidskými zdroji, tzn. úroveň platů, mezd, možnosti vzdělání zaměstnanců, specializace trhu práce;
- **podnikatelské prostředí a infrastruktura** – disponibilita plochami (průmyslové zóny), nebytovými a kancelářskými prostory, stav dopravní infrastruktury (silnice, letiště, parkoviště, systém veřejné dopravy, atd.);
- **ekonomické vlivy** – ceny ploch a budov, komunální daně a poplatky, subvence a granty poskytované městem, ceny energií, vody, atd.;
- **trhy, hospodářské vztahy, sítě** – blízkost jiných závodů stejného podniku, blízkost dodavatelů a odbytových trhů, kontakty s podniky stejného či odlišného sektoru a kooperace s institucemi veřejného sektoru;
- **geografická poloha města** – dosažitelnost důležitých hospodářských oblastí;
- **kvalita životního prostředí** – čistota vzduchu, ekologické požadavky, podmínky a standardy (Grabow a Hollbach-Gromig, 1995, s. 39).

Od klasických tvrdých lokalizačních faktorů, jako jsou například dostupnost a cena ploch, dostupnost kapitálu a dostatečně vzdělaných pracovních sil, se v současnosti upouští, jelikož se stávají stále více ubikvitními, tj. obecně disponibilními a přístupnými, čímž ztrácejí na svém tradičním výsadním významu pro prostorovou lokalizaci. V tradičních lokalizačních teoriích hrály dopravní náklady roli hlavního lokalizačního faktoru a produkce byla značně závislá na dostupnosti surovin. V těchto teoriích, například u Webera, byl kladen důraz především na optimalizaci transakčních nákladů, což bylo v té době vyvoláno velkým ekonomickým vlivem primárního a sekundárního sektoru. Díky rozvíjejícím se technologiím, zvyšujícímu se vlivu terciárního sektoru, dostupnosti zdrojů a kvalitní infrastruktuře již dopravní náklady nemají zásadní význam. Jak uvádí například Rumpel a kol., (2008, s. 13) či Ježková (2007, s. 65), měkké lokalizační faktory se stávají čím dál tím důležitějšími a je jim v poslední době přisuzován rostoucí význam. V některých odvětvích ekonomiky mají měkké faktory při lokalizačních rozhodnutích dokonce význam rozhodující a v budoucnu lze předpokládat, že regiony, které svou strategii rozvoje tvrdých lokalizačních faktorů doplní o realizovatelnou diverzifikovanou strategii rozvoje měkkých faktorů, se stanou konkurenceschopnějšími. Hlavní výhodou těchto faktorů je větší

přiblížení se současnému trendu ve vývoji ekonomiky. Naopak velkou nevýhodou těchto faktorů je jejich obtížná a někdy téměř nemožná měřitelnost. Výzkum disparit regionů ve vybavení měkkými faktory je proto nutné provádět na základě kvantitativních i kvalitativních metod a přístupů. V ohnisku zájmu jsou zejména regionální rozdíly v kvalitě a subjektivním hodnocení měkkých lokalizačních faktorů, jako jsou například image, kvalita bydlení, kvalita volného času, kultury, sportu, atd. Podrobnou studii měkkých lokalizačních faktorů provedl Německý institut pro urbanismus, který pod vedením Grabowa a Hollbach-Grömiga sledoval lokalizační rozhodování u cca 2000 firem v devíti německých městech. Jelikož každá podrobnější analýza vyžaduje diferencovaný přístup ve vztahu k prostorovým kategoriím, uvádějí Grabow a Hollbach-Grömig následující kategorie pro hodnocení významu měkkých lokalizačních faktorů:

- podle **typu lokalizačního rozhodnutí**;
- podle **výrobního odvětví**;
- dle **funkce podniku**, zda se například jedná o centrálu či pobočku;
- dle **velikosti podniku**;
- dle **prostorové velikosti** místa, lokality, města či regionu;
- dle **typu regionu**, například zda se jedná o staré průmyslové regiony.

Podrobnější rozdělení měkkých lokalizačních faktorů na podnikatelské a individuální dle výše uvedených autorů a jejich diferenciací v jednotlivých oblastech je uvedena v tab. 1.

Další pohled na diferenciaci měkkých lokalizačních faktorů specifikoval Beckmann (1968), který měkké faktory zredukoval na soubor čtyř metafaktorů (investiční klima regionu, kvalita života, image regionu, osobní preference cílových skupin). Přestože mnoho ekonomů přiznává rostoucí význam měkkých lokalizačních faktorů, existují mnozí kritikové. Dosavadní výzkumy zaměřené na problematiku měkkých lokalizačních faktorů kritizuje například Thießen, který vidí nedostatky jak v teoretické tak empirické fundovanosti.

Tab. 1: Rozdělení měkkých lokalizačních faktorů na podnikatelské a individuální a jejich diferenciaci v jednotlivých oblastech

	Měkké podnikatelské lokalizační faktory	Měkké individuální lokalizační faktory
Trh práce	kvalita úřadů práce	pracovní příležitosti a nabídky pracovních míst
Podnikatelské prostředí a infrastruktura	kvalita průmyslových zón	kvalita a image ploch, budov, komunikační a sociální infrastruktura
Ceny, náklady, příjmy		regionální diferenciaci mezd a životních nákladů
Trhy, hospodářské vztahy, sítě	mezipodnikové pracovní kontakty, konsensus veřejných a soukromých aktérů	informační a komunikační kontakty v místě
Geografická poloha města	geopolitická poloha	dostupnost jiných atraktivních lokalit v rámci regionu
Flexibilita, mentalita, aktivita	flexibilita, aktivita podniků a veřejné správy	mentalita spoluobčanů a kolegů z pracovního prostředí
Ekonomické klima	hospodářsko-politické klima	
Image a tradice	tradice a historie lokality	image regionu, atmosféra města, historický a kulturní význam města
Kvalita krajiny, kvalita města a jeho lokalit		parky, zelené plochy, historické části města, vzhled města
Hodnota místa z pohledu bydlení		nájem, nabídka bytů a domů, školy, zdravotnická síť, nákupní možnosti, možnosti volného času, sport, bezpečnost
Kvalita životního prostředí		čistota vzduchu a vody, postoje v oblasti ochrany a tvorby životního prostředí

Zdroj: GRABOW, B., HOLLBACH-GROMIG, B., Weiche Standortfaktoren, s. 30.

2.3.3 Faktory regionálního rozvoje

V problematice lokalizace firem hraje velkou úlohu ekonomická výkonnost regionu a jeho konkurenceschopnost. Konkurenceschopný region vytvoří pro potenciální investory přitažlivější nabídku lokalizace. Je tedy důležitá determinace klíčových faktorů, které mají stimulační dopady na rozvoj jednotlivých regionů. Těmito faktory jsou:

- **přírodní zdroje** a přírodní prostředí daného regionu,
- **hmotné faktory** v podobě jejich produkčního potenciálu,
- **infrastruktura**,
- **nehmotné faktory**, kam lze zařadit inovace, dostupnost a využití informačních technologií, ekologická udržitelnost rozvoje, atd.,
- **sídelní struktura**, trend jejího vývoje a dostupnost bydlení (Wokoun, 2008, s. 25).

2.3.4 Lokalizační faktory v mezinárodním prostředí

V globální ekonomice a v prostředí globální konkurence nabízejí i méně vyspělé regiony tradiční lokalizační faktory v téměř stejné kvalitě jako je tomu v regionech nejvyspělejších. Pokud se zabýváme lokalizačními faktory, je nutné zmínit také lokalizační faktory, které ovlivňují zahraniční investice, jelikož ekonomické subjekty se stále více snaží využít výhod otevřeného trhu. Jedním z těchto lokalizačních faktorů, mohou být limitované zdroje určitého území (Krugman a Obstfeld, 2009, s. 30), ať se jedná o zdroje pracovní či výrobní. Mezi další faktory, které mohou ovlivnit rozhodování o umístění firmy či kapitálu v zahraničí pak patří:

- **situace v dané zemi**, tzn., zda jsou v zemi cizí firmy žádoucí, zda je obyvatelstvo připraveno od těchto firem nakupovat a zda nehrozí výrazné zhoršení situace;
- **politicko-ekonomické prostředí**, kdy se firma v zahraničí může setkat s centrálně plánovanou ekonomikou, s tržní ekonomikou, či se smíšenou ekonomikou (Ponikelský a kol., 2008, s. 8);
- **politická stabilita**, která bývá spolu s makroekonomickou situací hodnocena jako nejdůležitější lokalizační faktor (Unctad investment brief, 2007);

- **zákony, cla, limity** dané země a tím možné bariéry vstupu;
- **daně**, které jsou jedním z hlavních lokalizačních faktorů především v určitých oblastech podnikání. Jako příklad lze zmínit farmaceutické firmy, které se dle průzkumu umísťují především v místech s nízkou mírou zdanění právnických osob, například do Irska (Simango, 1993);
- **kurzový režim**;
- **fiskální a monetární politika**, přestože z výzkumu Wasylenka (1991, s. 18) vyplývá, že na rozhodování manažerů o umístění nemají fiskální proměnné přílišný význam;
- **vzdálenost od ostatních zemí**, kam by bylo potenciálně možné výrobky vyvážet;
- **rozloha dané země**;
- **zahraniční cenová hladina**;
- **znalost angličtiny**, která je jazykem mnoha velkých společností;
- **komparativní výhoda** plynoucí z jiného území;¹⁵
- **vybavenost telekomunikační infrastrukturou**;
- **faktory pohybu**, což vyplývá z větší či menší mobility jednotlivých činností. Mezi faktory pohybu lze řadit především migraci pracovní síly, transfer kapitálu a mezinárodní vztahy, které se podílejí na tvorbě velkých korporací (Krugman a Obstfeld, 2009, s. 153);
- **pracovní náklady**, které mohou být pokládány za velmi diferencované u jednotlivých zemí¹⁶ a pro některá ekonomická odvětví tak mohou být klíčové. Jako klasický příklad přesunu do oblastí s levnou pracovní silou lze uvést Indii, kde je anglicky mluvící levná pracovní síla a velký investiční potenciál pro velké mezinárodní korporace (Traxler, 2009). V tomto směru dochází k přesunu také do zemí střední a východní Evropy, kde se nachází relativně kvalifikovaná pracovní síla za přijatelné mzdy (Sass, 2010, s. 45);

¹⁵ Teorii komparativních výhod vytvořil na počátku 19. století D. Ricardo a jejím základem je fakt, že země se soustředí na export zboží, které vyrábí s nižšími náklady než jiné země, a naopak importuje zboží, které je levněji produkováno v zahraničí. P. Samuelson popsal komparativní výhodu jako nejlepší příklad ekonomického principu, který není doposud zcela pochopitelný pro inteligentní obyvatelstvo.

¹⁶ Z ekonomické teorie však vyplývá, že pokud se pracovníci rozhodnou pro přesun do vyspělejšího regionu za vidinou větší mzdy, nastane v tomto regionu převis nabídky práce nad poptávkou a tím i pokles mzdy postupně až na hranici zaostalejšího regionu.

- **sociální citění a příbuzenské vztahy**, které se ukazují jako rozhodující lokalizační faktor především v asijských zemích (He a kol., 2007, s. 330);
- **surovinové zdroje** – jejich specifika a cenová dostupnost;
- **věková struktura obyvatelstva**, kde má opět například Indie výhodnou pozici, jelikož je věkově velmi mladou oblastí (Lechenko, 2003, s. 366);
- **zvýhodněné úvěrové podmínky**, které se velmi osvědčily při nalákání nového kapitálu;
- **investiční pobídky**, které zvyšují atraktivitu území pro zahraniční investory (Hrdličková, 2012).

Zahraniční investor dále zvažuje riziko navazování nových obchodních kontaktů s rozvíjející se tranzitivní ekonomikou z důvodů nedostatečného přístupu k místním informacím, nižší důvěry v místní podnikatelské prostředí a nedostatečně technologicky rozvinutých místních společností. Avšak velkou výhodou lokalizace výroby přímo v zemi, se kterou společnost předpokládá úzké obchodní styky, je především pochopení odlišného myšlení a požadavků, které by dovezené zboží neuspokojilo. Jako příklad lze uvést českou automobilku Škoda Auto, která se rozhodla svou výrobu z části přesunout také do Číny, jelikož je zde velký potenciální trh se specifickými požadavky. V Číně si například potrpí na měkčí sedačky a na rozdílné barvy než u nás, jelikož Číňané pokládají bílou za barvu smutku a zelenou za barvu přinášející smůlu (Pecák, 2011). Proto je vždy nutné, se s příchodem do nové země seznámit s tamními zvyky a tradicemi, aby bylo možné vyrábět přímo na míru tamějším zákazníkům.

2.3.5 Makroekonomické a mikroekonomické lokalizační faktory

Zkoumání regionálních a prostorových aspektů ekonomiky přenesl z mikro do makropohy již A. Lösch, který vysvětloval, že zájmy firmy a zájmy celého národního hospodářství¹⁷ při výběru místa lokalizace nebývají identické. Lösch ve své teorii vycházel

¹⁷ Národohospodářský prostor chápe ve své teorii jako síť tržních zón.

z mikroekonomického hlediska, přičemž postupně dospěl k názoru, že volbu umístění neovlivňují jen dopravní náklady, ale také vidina maximálního možného zisku, který je dán velikostí trhu. Dále ve své teorii zdůraznil, že ekonomické jednotky ovlivňují své okolí a jejich rozložení směřuje k prostorové rovnováze. Obecně z mikroekonomického hlediska, kterým se tato práce převážně zabývá, zkoumá regionální ekonomie prostorové rozmístění, tzn. lokalizaci domácností a firem. Z makroekonomického hlediska jsou pak zkoumány příčiny a důsledky vycházející z rozdílné ekonomické úrovně regionů, proto lokalizační faktory s makroekonomickým charakterem lze vymezit obdobně jako faktory ovlivňující při lokalizaci zahraniční subjekty.

Lokalizační teorie vesměs vycházejí z mikroekonomického přístupu a často předpokládají racionální chování jednotlivých subjektů či minimalizaci nákladů. Při stanovení těchto faktorů lze vyjít z analýzy lokalizačních závislostí, jež byla provedena kolektivem kolem M. Viturky (1998, s. 5) považujícím z mikroekonomického pohledu za nejvýznamnější faktory stimulující firmy k prostorové mobilitě následující:

- **Tržní faktory**, tzn. rozšiřující se trhy, jež příznivě působí na růst poptávky.
- **Technologické faktory**, mezi které řadí rychlou návratnost investovaného kapitálu a dále nízké nároky na dopravu.
- **Regulační faktory**, tzn. na jedné straně uvolnění regulace cílené na snížení ochrany trhů a povzbuzující firmy k přezkoumání původního lokalizačního výběru a na druhé straně environmentální zpřísnění regulace.
- **Konkurenční faktory**, mezi které řadí teoreticky vyšší potenciál mobility u exportně orientovaných firem, který je navíc aktivovaný výraznějšími změnami směnných kurzů a vysokými pracovními náklady firmy, která stojí před rozhodnutím, zda investovat do pracovně úsporných technologií nebo si raději najít novou lokalitu s nižšími pracovními náklady.
- **Geografické faktory** související s nedostatkem prostoru pro rozvoj či vysokými náklady na jeho pořízení a dále urbanistickým přetížením daného území limitujícím jeho operativní dostupnost.

Z výše uvedeného přehledu klasifikace lokalizačních faktorů je zřejmé, že faktory nelze jednoznačně unifikovat a pohledy na jednotlivé klasifikace lze dokonce považovat za protichůdné. V tab. 2 je proto uveden syntetizující přehled faktorů, ze kterých bylo následně 26 vybráno do dalšího výzkumu.

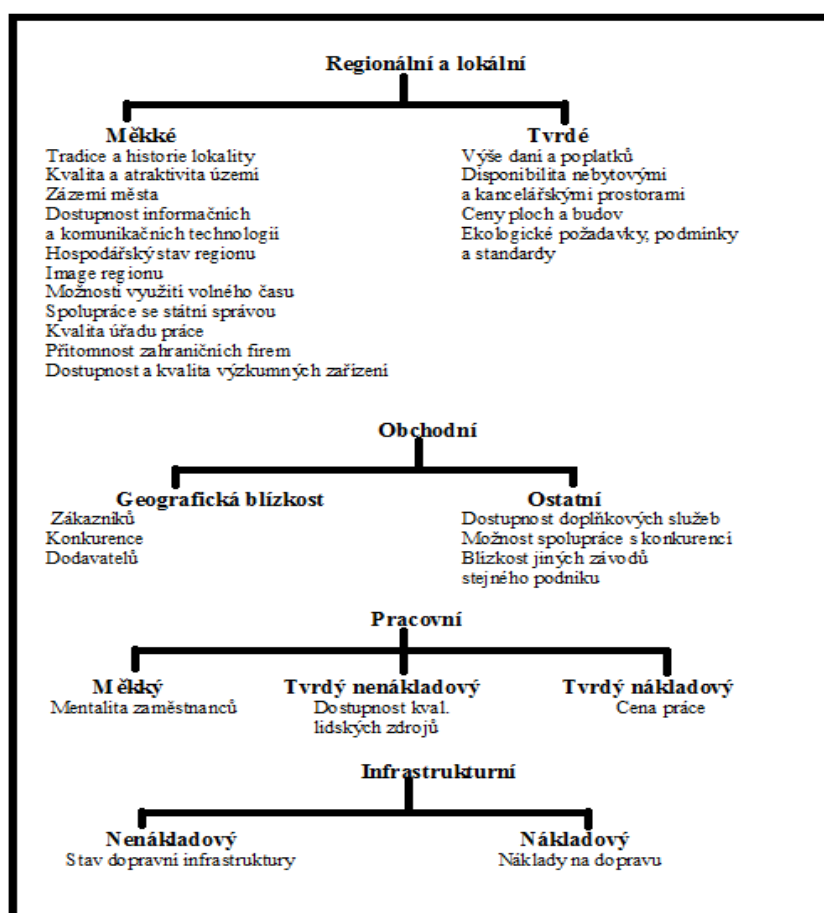
Tab. 2: Typologie lokalizačních faktorů

Autor	Typ LF	Příklady LF
Ponikelský	Obecné	Poloha, infrastruktura, životní prostředí.
Starzycná	Obecné	Dtto jako Ponikelský + lidské zdroje, brownfieldy.
Wokoun	Regionálního rozvoje	Dtto jako Starzycná + nehmotné faktory, sídelní struktura.
Weichhart	Mobilní a imobilní	Imobilní - místní pracovní síla, realizovaný investiční kapitál, půda, infrastruktura, zákony.
		Mobilní - podnikatelé, závody, kvalifikované lidské zdroje, kapitál.
Dziembowska-Kowalská a Funck	Měkké a tvrdé	Tvrdé mají dopad na čistý zisk.
		Měkké nejsou měřitelné.
Grabow a Hollbach-Grömig	Měkké podnikatelské a individuální a tvrdé	Měkké mohou být významné, aniž by se musely stát tvrdými.
		Tvrdé – disponibilita kvalifikovanými lidskými zdroji, plochami, dopravní infrastruktura.
		Měkké podnikatelské – nejsou měřitelné, neboť závisí na subjektivním ohodnocení podnikatele.
		Měkké individuální – záležitost osobních preferencí pracovníků managementu a zaměstnanců.
Vlastní přehled	Mezinárodní	Politicko-ekonomické prostředí, kurzový režim, sociální citění, zvýhodněné úvěrové podmínky.
Lösch	Makroekonomické	Velikost trhu, dopravní náklady.
Viturka	Mikroekonomické	Tržní, technologické, regulační, konkurenční a geografické.

Zdroj: vlastní zpracování

V rámci disertační práce je zkoumáno 26 aktuálních lokalizačních faktorů, jež byly vybrány z různých typových skupin a u nichž lze předpokládat významnost v rámci zkoumaných ekonomických subjektů. Tyto faktory byly pro větší přehlednost rozčleněny do 4 skupin. V rámci těchto skupin lze jednotlivé faktory dále klasifikovat do několika podskupin. Obecně se jedná především o mikroekonomické lokalizační faktory, avšak jistá pozornost je zde z důvodu ucelenosti a předpokládaného vlivu věnována také některým

makroekonomickým faktorům. Z obr. 2 je zřejmé, že nejvíce zkoumaných faktorů patří do skupiny regionální a lokální, kterou lze dále členit na měkké a tvrdé lokalizační faktory. Klasifikaci měkkých a tvrdých faktorů lze použít také u pracovních faktorů, které lze dále členit na nákladové a nenákladové faktory. Nákladový faktor náklady na dopravu je zkoumán také v rámci dopravních faktorů. Další skupina obchodních faktorů obsahuje pouze tvrdé lokalizační faktory a tuto skupinu lze členit na faktory spojené s geografickou blízkostí a na ostatní.



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 2: Klasifikace zkoumaných lokalizačních faktorů do skupin a podskupin

3 LOKALIZACE Z POHLEDU DROBNÝCH, MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ

Dále uvedené empirické šetření (viz kap. 4) bylo zaměřeno pouze na drobné, malé a střední podniky hned z několika důvodů. Jako hlavní důvod lze uvést stále se zvyšující význam MSP pro českou ekonomiku. Dalším významným přínosem je skutečnost, že MSP vytvářejí kolem 2 milionů pracovních míst a zaměstnávají zhruba 60 % osob pracujících v soukromé sféře (ipodnikatel, 2011), čímž představují stabilizující prvek z pohledu zaměstnanosti. MSP mohou díky své vysoké flexibilitě působit i v oblastech, které jsou pro velké podniky nezajímavé, čímž dopomáhají k rozvoji zaostalejších regionů. Velkou výhodou MSP je také jejich schopnost lépe využívat lokálních zdrojů (Frková, 2006, s. 6), která vychází nejspíše z úzké provázanosti MSP s regionem, ve kterém působí. Tato skutečnost představuje pro samotné podnikatele přínos také z hlediska schopnosti oslovit známý trh a nabídnout tak lidem v regionu přesně to, co chtějí. Další nespornou výhodou je skutečnost, že výsledky podnikání ve většině případů zůstávají v daném regionu, což přispívá k jeho dalšímu rozvoji. Význam malých a středních podniků jako takových spočívá ve skutečnosti, že vytvářejí zdravé podnikatelské prostředí zvyšující dynamiku trhu, a že dokážou absorbovat značnou část pracovní síly uvolněné z restrukturalizovaných velkých podniků (Veber a kol., 2012, s. 21).

3.1 CHARAKTERISTIKA MALÉHO A STŘEDNÍHO PODNIKÁNÍ

Malý a střední podnik je definován především za účelem jeho podpory a, jak uvádí v české legislativě Zákon č. 47/2002 Sb., „za malého a středního podnikatele se pro účely tohoto zákona považuje podnikatel, který splňuje kritéria stanovená přímo použitelným předpisem Evropských společenství.“ Tímto předpisem je Nařízení Komise č. 800/2008, dle kterého je „kategorie mikropodniků, malých a středních podniků složena z podniků, které zaměstnávají méně než 250 osob a jejichž roční obrat nepřesahuje 50 milionů EUR, nebo jejichž bilanční suma roční rozvahy nepřesahuje 43 milionů EUR.“ Konkrétní kritéria jednotlivých kategorií jsou pro lepší přehlednost uvedena v tabulce 3.

Tab. 3: Kritéria pro vymezení drobného, malého a středního podnikání

KATEGORIE PODNIKŮ	POČET ZAMĚSTNANCŮ	ROZVAHA nebo OBRAT	
DROBNÝ	< 10	≤ € 2 miliony	≤ € 2 miliony
MALÝ	< 50	≤ € 10 milionů	≤ € 10 milionů
STŘEDNÍ	< 250	≤ € 43 milionů	≤ € 50 milionů

Zdroj: Commission staff working dokument on the implementation of Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises [online]. European Commision, Busel 2009 [vid 2011-11-05]. Dostupné z:
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme_definition/sme_report_2009_en.pdf

Při srovnání ČR se situací MSP v Evropě byla dle studie Eurostatu v ČR zaznamenána nejvyšší hustota MSP.¹⁸ Signifikantní význam MSP však není patrný pouze v České republice. Tato kategorie podniků zaujímá většinu rozsahu podnikatelské sféry také ve světovém měřítku. Za ČR se dle výsledků Eurostatu (Schmiemann, 2008, s. 4) umístily Portugalsko, Řecko, Itálie a Španělsko. Naopak nejmenší hustota byla zaznamenána na Slovensku a v Rumunsku. Definice malých a středních podniků pak samozřejmě není všude ve světě stejná. V případě velkých států, mezi které lze zahrnout například USA, Kanadu či Brazílii, se horní hranice u malých podniků pohybuje na 100 zaměstnancích a v případě středních podniků až 500.

Malé a střední podniky lze tedy rozlišovat dle několika kritérií. Avšak jak uvádí ve své knize Rydvalová (1999, s. 14), nejvýstižnější pojetí MSP je stav, kdy podnikatel provozuje podnik, o kterém si myslí, že je určité velikosti a podle toho vystupuje. Z kvalitativního hlediska lze MSP obecně vymežit nezávislým vedením, relativně omezenou členitostí produkce a technologií, kapitálem vlastněným jedním nebo několika málo vlastníky, který je navíc ve většině případů kvantitativně omezen, převažujícím zaměřením na lokální trhy, jednoduchým systémem řízení či konstatováním, že firma je malá ve srovnání s největšími konkurenty v oboru (Jáč a kol., 2005, s. 14). Dále například Mugler (1997, s. 32) používá

¹⁸ Hustotou se zde rozumí počet malých a středních podniků nefinančního sektoru na 1 000 obyvatel.

pro klasifikaci MSP jak kritéria kvalitativní, kvantitativní tak i jejich kombinaci. Měření velikosti podniku lze provést pomocí jedné dimenze (např. počet zaměstnanců) či dle vícedimenzionálního měřítka, jehož měření je složitější, avšak do analýzy lze interpretovat větší množství kritérií (Mugler, 1998). Sawhney (1993, s. 142) rozlišuje tři typy malého podnikání ve vztahu k lokalizačnímu rozhodování:

- podniky s rozptýlenou klientelou;
- podniky úzce propojené s velkými společnostmi;
- podniky zaměřené na lokální trh.

Pro účely následného výzkumu bylo vybráno kritérium členění dle počtu zaměstnanců (tab. 3), kterým se dle Nařízení Komise č. 800/2008 rozumí součet osob, které byly v daném podniku nebo jeho jménem zaměstnány za plný úvazek po celý sledovaný rok. Osoby, které byly zaměstnány na částečný úvazek či pouze sezóně, se započítávají jako zlomky. Do počtu zaměstnanců se nezapočítávají studenti či učni, kteří působí v podniku na základě smlouvy o učňovském nebo odborném vzdělávání (Nařízení komise (ES), 2008).

3.2 VLIV LOKALIZAČNÍCH FAKTORŮ NA STRATEGICKÉ ROZHODOVÁNÍ MSP

Obecně lze rozhodování o lokalizaci rozdělit do dvou fází. V první fázi je nutné zajistit dostatečné množství informací potřebných k efektivnímu rozhodnutí. Jde například o informace o množství a kvalitě jednotlivých statků, jejich ceně a rozložení v prostoru. Prostorová ekonomie tedy v mnoha směrech ovlivňuje nejen náklady investiční, ale také náklady na samotnou výrobu a její objem. Ve druhé fázi dochází k výběru možných lokalit, ze kterých je pak následně vybrána lokalita optimální (Matoušková, 2000, s. 21). Lokalizační rozhodnutí je však nutné chápat spíše v uceleném kontextu firemní dynamické strategie než pouze v jednoduché nákladové funkci, jak dokládá ve svém díle především Schmenner (1982). Správný výběr lokalizace je jedním z klíčových manažerských úkolů, které lze spolu se strukturou, lidmi a technologiemi zařadit mezi čtyři hlavní „komponenty organizační změny“, vytvářející tzv. Leavittův diamant (Leavitt a kol., 1973). Z hlediska

sekvenčních manažerských funkcí lze výběr vhodného místa lokalizace zařadit především do plánování a rozhodování. Lokalizační rozhodování v případě nového podniku lze ve funkci plánování zařadit do tzv. strategických plánů, které zahrnují celou činnost uvažované organizační jednotky, a které jsou sestavovány na vrcholové úrovni. Kratochvíl (2011, s. 78) uvádí vliv lokalizačního rozhodování v produkční strategii, která by měla identifikovat produkční management a jeho možnosti nákupu technologií a odbytové politiky.

V každé strategii je třeba si uvědomit, že činnosti, které se uskutečňují přímo v organizaci či na ni působí z vnějšího prostředí, probíhají v natolik měnících se podmínkách, že tyto změny nelze z hlediska manažerské práce ignorovat. V následujícím textu bude abstrahováno od nezáměrných změn, kterým musí manažeři čelit neplánovaně a změnou budou chápány tzv. **záměrné změny**, mezi které patří mimo jiné také investiční výstavba či změna strategie (Vodáček a Vodáčková, 2009, s. 28). Představena bude jak struktura podnikatelského plánu při zakládání nového podniku, tak i výběr nových investičních projektů. Jak uvádí například Lhotský (2010, s. 16), strukturu nového podnikatelského plánu lze zjednodušeně shrnout následovně:

- **úvodní shrnutí** podstatných informací;
- **charakteristika** podniku – cíle, vize, představení výrobku či služby;
- **analýza okolí** podniku;
- **analýza vnitřního prostředí** podniku – obchodní koncepce, marketingový mix, personální zajištění, či organizační struktura;
- **ekonomicko-finanční analýza**;
- **strategie** podniku.

V podstatě neexistuje unifikovaná struktura podnikatelského plánu a vzhledem k výše uvedené struktuře je zřejmé, že výběr lokalizace ovlivňuje zároveň několik kroků v podnikatelském rozhodování. Vliv lokalizačního rozhodování je zřejmý u podnikatelských cílů, vizí, analýzy vnitřního a vnějšího prostředí či v případě ekonomicko-finanční analýzy, ze které by měla vycházet podniková strategie. V případě vnitřního prostředí lze zmínit například předpokládanou potřebu zaměstnanců jako jeden

z klíčových faktorů úspěšného podniku a s tím související pracovní lokalizační faktory. Vliv lokalizace na ekonomicko-finanční analýzu se projevuje například v rozdílných nákladech na pořízení objektů, diferencované výši mezd či v cenové hladině. Komplexní analýza vnitřního prostředí by měla zahrnovat silné a slabé stránky organizace a z nich plynoucí návrhy na zlepšení či dosažení konkurenční výhody.

Nepřímý vliv lze pak zaznamenat také u analýzy vnějšího okolí, kde jsou na regionální úrovni zkoumány například sociální, ekologické či technologické podmínky. Dále je nutno v případě analýzy okolí podniku vzít v úvahu ekonomické faktory daného regionu, územní plánování vybrané oblasti, podporu daného regionu, ekologické požadavky aj. Dále se provádí průzkum trhu zaměřený primárně na potenciální poptávku a její intenzitu v jednotlivých oblastech podnikání. Především v případě malých firem je důležité vybrat lokalizaci s odpovídajícím tržním potenciálem. Jestliže by cílová skupina nebyla dostatečně velká a nedisponovala dostatečnou kupní silou, je potřeba poupravit ekonomicko-finanční analýzu o nově zjištěné údaje, zaměřit se na jiný segment zákazníků, či změnit předpokládané místo lokalizace. Přímý vliv lze spatřit především v závěrečném kroku zpracování podnikové strategie, ve kterém by již měl mít podnikatel ucelenou představu o optimální lokalizaci.

Samotná příprava a výběr investičních projektů poté již vycházejí z konkrétních cílů podnikové strategie a navazují na její podstatu. Jak uvádí Fotr a Souček (2005, s. 13), lze ve vztahu k rozvoji podniku rozlišovat projekty:

- **rozvojové**, které se zaměřují na zvýšení objemu produkce či proniknutí na nové trhy;
- **obnovy**, čímž se rozumí především obnova výrobního zařízení;
- **mandatorní**, jejichž cílem nejsou ekonomické efekty, ale například ochrana životního prostředí.

Je zřejmé, že na výběr vhodné lokace se zaměřují především rozvojové projekty hledající cesty pro efektivní proniknutí na nové trhy, a tedy i optimální místa působení. Z hlediska samotného procesu a přípravy lze identifikovat čtyři základní fáze života projektu:

- **předinvestiční** související s identifikací příležitostí a předběžným výběrem projektů;
- **investiční**, ve které dochází k samotnému zpracování zadání stavby a realizaci výstavby;
- **provozní**, kde z krátkodobého pohledu jde o zavedení projektu do provozu a z dlouhodobého pohledu o celkovou strategii, na které byl projekt založen;
- **ukončení provozu** a likvidace (Fotr a Souček, 2005, s. 24).

Výběr správné lokalizace lze zařadit především do předinvestiční fáze, ve které nejsou s neúspěchem projektu spojena téměř žádná rizika a ve které existuje pro nositele projektu prostor pro vytvoření několika variant a jejich následné základní ekonomické zhodnocení. Detailnější posouzení a výběr variant jsou poté součástí předběžné technicko-ekonomické studie neboli feasibility study, která již obsahuje přesnější odhady výnosů a nákladů jednotlivých možností. Tato studie již kromě jiného obsahuje vymezení velikosti a místa umístění výrobní výrobky.

Fotr a Souček (2005, s. 27) chápou volbu umístění jednotky jako dvouetapový proces. V první etapě zvažují varianty lokality (městská, příměstská oblast, vzdálenost od centra) a po jejím výběru hodnotí místa možné výstavby v rámci zvolené lokality. Z předchozích studií by již měly být specifikovány požadavky a dopady projektu na zvolenou lokalitu. Největší požadavky je možno předpokládat na infrastrukturu a pracovní sílu v dané oblasti. Z hlediska dopadů projektu je zkoumáno především životní prostředí. Vzhledem k velkému počtu možných variant lokality nelze provést detailní hodnocení všech variant, ale je potřeba nejdříve vyloučit varianty lokalit, které nesplňují stanovené požadavky. Zbývající varianty se dále vyhodnotí z kvantitativních a kvalitativních hledisek a zvolí se optimální varianta. Výběr optimální varianty a integrace lokalizačního rozhodování do podnikové strategie konkurenceschopnosti je ovlivňována stále více flexibilitou high-tech technologií, které svou povahou determinují určité typy strategií především v oblasti MSP (Marri a kol.,

2007, s. 124 – 140), jak z pozitivního tak i negativního hlediska.¹⁹ Několik nedávných výzkumů potvrdilo fakt, že správná lokalizace může být určujícím faktorem konkurenceschopnosti daného ekonomického subjektu (Karakaya a Canel, 1998, s. 321 – 329). Závislost strategie konkurenceschopnosti na lokalizačních faktorech byla na základě výsledků výzkumu skotských společností potvrzena například pomocí regresní analýzy (Galbraith a kol., 2008, s. 183 – 202). Vztahem mezi lokalizačním rozhodováním a strategií konkurenceschopnosti se zabýval také výzkum tzv. **speciálních ekonomických jednotek** v Indii²⁰, který odhalil pozitivní efekt centralizované lokalizace a výhody z ní plynoucí. Jako příklad lze uvést vyšší konkurenceschopnost (Dhingra a kol., 2009, s. 272 – 289).

Z hlediska průběhu strategického rozhodování s přihlédnutím k výběru optimálního místa podnikání, je potřeba provést následující kroky:

- **Prvořadým úkolem** je definovat potřebu výběru nejvhodnějšího umístění v rámci možností, která má společnost při sestavování strategie k dispozici. Jde o rozpoznání potřeby a důležitosti lokalizačního rozhodování.
- **Představa a cíle** – dále je zapotřebí blíže specifikovat požadovaný budoucí stav a kritéria, která by měla vybraná lokalita splnit. Představa musí vyjadřovat budoucí stav organizace. Základními premisy pro správné zvládnutí tohoto kroku jsou definování jasných, konkrétních, nezkreslených a především dosažitelných představ a cílů podniku.
- **Plán** – v další fázi zpracuje pověřený pracovník na základě předešlých kroků odpovídající plán. Lze doporučit několik variant možných umístění, která budou vyhodnocena v dalších krocích a z nichž bude vybrána optimální varianta.
- **Analýza** – z hlediska výběru místa podnikání se jedná o analýzu možných variant vymezených v rámci plánu. Výzkumník by se měl zaměřit především na vnější podmínky ovlivňující dané území. V rámci tohoto kroku by měl například přistoupit

¹⁹ Jako příklad lze uvést Skotsko, které se snažilo v minulosti zvýšit atraktivitu svého území vyšším zpřístupněním high tech technologií. Tento krok měl za následek příliv nových firem, které zvýšily export dané oblasti, ale na druhé straně přispěly ke snížení zaměstnanosti v již existujících společnostech.

²⁰ Speciální ekonomickou jednotkou se pro účely tohoto výzkumu rozuměla specificky ohraničená území, která jsou pro účely obchodu považována za cizí území.

k analýze územně analytických podkladů²¹, které jsou často podniky opomíjeny, což může vyvolat rozsáhlé negativní důsledky. Dále je třeba posoudit jednotlivé varianty z hlediska konkrétních lokalizačních faktorů. V rámci tohoto kroku je poté vybrána konkrétní lokalita.

- **Formulace a výběr strategie** – v rámci zpracování strategie dochází ke komplexnímu posouzení dopadu vybrané lokality na další části strategického rozhodování. Vybraná lokalita musí být posouzena především z hlediska finančního a personálního. Je třeba stanovit náklady, které s sebou vybraná lokalita přinese a dále možnosti výběru pracovníků v dané oblasti. Tento krok by měl také obsahovat vyhodnocení územního plánu.
- **Implementace strategie** – tento krok se zabývá zavedením strategie do praxe. V rámci implementace je možné odhalit nedostatky vybrané lokality a pokusit se o snížení reálně identifikovaných negativních dopadů.
- **Vyhodnocení** – důležitým krokem strategického rozhodování je následné vyhodnocení zvolené varianty a porovnání s plánem. V případě úspěšného výběru lokality je třeba identifikovat faktory úspěchu a v případě nevhodně zvoleného místa faktory neúspěchu a možné důvody odchylek od počáteční strategie. V tomto případě je pozornost věnována především dopadům zvoleného místa na podnikání, případným nákladům jeho změny a návrhům korekčních opatření.

Výše uvedené poznatky o implementaci výběru lokalizace do strategického rozhodování lze shrnout do následujícího schématu.

²¹ ÚAP bude věnována část kapitoly Doporučené prostorové lokalizační faktory.



Zdroj: vlastní zpracování.

Obr. 3: Implementace výběru lokalizace do strategického rozhodování

Z obr. 3 je zřejmá metodika postupu strategického řízení s přihlédnutím na strategii lokalizace. Je velmi pravděpodobné, že i v praxi jsou jednotlivé prvky navzájem provázány a pokud dojde k odchylce od původního plánu, mělo by dojít k navrácení o minimálně jednu úroveň a ke korekcím přijaté strategie. Prvním krokem při rozhodování o lokalizaci musí být vymezení jasných představ a cílů, které by měla optimální lokalizace splnit. V dalším kroku jsou definovány možné lokalizační varianty, které budou dále analyzovány dle podmínek vnitřního a vnějšího prostředí. V tomto kroku by mělo dojít k výběru optimální varianty, která bude zapracována do podnikové strategie a následně implementována do praxe a vyhodnocena. V tomto kroku dochází k porovnání výsledků podnikatelské činnosti s počátečními cíli a představami. Svůj význam má v tomto případě také zpětná vazba. Po zahájení podnikání či uvedení nového investičního projektu do

provozu, je důležité zhodnotit předchozí kroky. Součástí tohoto hodnocení může být například porovnání předpokládaných finančních a ekonomických ukazatelů se skutečností, či analýza současných dodavatelsko-odběratelských vztahů vyplývajících z vybrané lokality. Budování vzájemných vztahů s dodavateli, zákazníky, zaměstnanci a dalšími aktéry podnikatelského prostředí je klíčové především pro menší firmy.

4 METODICKÁ VÝCHODISKA VÝZKUMU

Samotnou přípravu výzkumu lze považovat za jednu z nejdůležitějších částí a mnoho manažerů a výzkumníků se právě v této fázi dopouští přímo fatálních chyb.²² Příprava každého projektu začíná formulováním jeho cíle, popřípadě několika dílčích cílů, jejichž počet by měl být přiměřený. Vytyčené cíle musí jasně a přesně definovat, co má být zjištěno, což vyplývá z účelu projektu. V této práci je hlavním cílem vymezit významné lokalizační faktory (viz kapitola 2). Dílčím cílem je dané faktory seřadit dle významnosti z hlediska ekonomických činností a posoudit vnější okolnosti působící na hodnocení faktorů. Mezi tyto okolnosti patří např. velikost podniku, druh ekonomické činnosti či atraktivita daného regionu.

4.1 CHARAKTERISTIKA ŠETŘENÍ

Z provedené literární rešerše, v rámci které bylo mimo jiné třeba nalézt podobné výzkumy, vyplynulo, že lokalizační faktory nelze považovat v čase za stálé. Bylo proto nutné vymezit aktuální lokalizační faktory a vybrat ty, na které bude výzkum zaměřen. Celkem bylo vybráno 26 faktorů, které lze považovat za aktuální (např. možnosti využití volného času), nebo u kterých lze reálně předpokládat, že jsou stále aktuální (např. dopravní náklady). Po vybrání 26 faktorů bylo třeba vybrat vhodnou techniku sběru primárních dat. Vhodný typ dotazování přitom závisí především na charakteru a rozsahu zjišťovaných informací, skupině respondentů a časových a finančních limitech daného projektu. Pro realizaci empirického šetření v rámci popisovaného výzkumu byla zvolena jako nejvhodnější zjišťovací technika dotazník, který byl nejdříve vybraným respondentům odeslán elektronicky. Oslovení respondenti byli dotazováni, které z uvedených lokalizačních faktorů jsou podstatné při lokalizaci, a to ve vazbě na druh provozované ekonomické činnosti. Velkou nevýhodou tohoto typu dotazování byla skutečnost, že respondenti nemusí

²² Podrobněji je průběh výzkumu popsán v článku JIRÁSKOVÁ, E. Průběh počáteční fáze výzkumného projektu analyzujícího významnost lokalizačních faktorů firem, s. 103 – 108. a dále v monografii JIRÁSKOVÁ, E. *Faktory lokalizace malých a středních podniků v České republice*. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2011. ISBN 978-80-7372-782-6.

správně pochopit zadanou otázku a dále nemusí být zcela jasné, kdo dotazník vyplňoval. Tato skutečnost byla z části eliminována odesíláním dotazníků přímo na e-mail vedení společností a nikoli na obecný firemní e-mail uvedený v databázi ALBERTINA. V případě obecného e-mailu, kde bylo riziko, že dotazník nebude předán kompetentním osobám, byl využit telefonický kontakt. Tento způsob oslovení byl využit také v případě, kdy oslovení respondenti nereagovali ani na druhou elektronickou výzvu. Vzhledem k nízké návratnosti dotazníků, častému nedoručení e-mailu a občasné absenci elektronického kontaktu si musí být výzkumník vědom, že elektronické šetření je často potřeba doplnit o strukturované rozhovory. Tato vzájemná kombinace jednotlivých typů dotazování je běžnou praxí, jelikož vede ke snadnějšímu oslovení vybraných respondentů. V ideálním případě je možné vtáhnout respondenty do daného výzkumu, což je však velmi problematické především díky jejich časovému vytížení, obavám z vyplnění dotazníků, ze strachu z konkurence a kritiky jejich obchodních praktik (Pioch a Byrom, 2004, s. 222 – 232).

4.2 TVORBA DOTAZNÍKU

Dotazník bylo potřeba vytvořit tak, aby umožnil oslovenému respondentovi přesně a jasně zaznamenat požadované informace. Důležitým předpokladem správného dotazníkového šetření tedy je, aby otázky byly formulovány srozumitelně a jednoznačně (Řezánková, 2011, s. 11). Proto byl dotazník v rámci popisovaného výzkumu zkonstruován na bázi tzv. hodnotících škál, které slouží k vyjádření názorů a postojů, a proto jsou často využívány pro svou jednoduchost. Jednotlivé postoje respondentů jsou na škále zřetelně vyjádřeny určitou deskriptivní výpovědí. Mezi hlavní výhody těchto typů otázek patří snadnější vyhodnocení pomocí statistické analýzy a rychlejší způsob zpracování. Hlavní nevýhodou, se kterou musí tazatel počítat, je častá nesnadná interpretace škál a jejich subjektivní ohodnocení. Pro popisované dotazníkové šetření byla vybrána škála od 1 – 5 (s rozmezím 1 zcela nedůležitý, 2 spíše nedůležitý, 3 ani důležitý ani nedůležitý, 4 spíše důležitý, 5 absolutně důležitý), takže bylo počítáno i s tzv. nulovým bodem. Kromě formulace dotazů je důležitá také grafická úprava dotazníku (Řezánková, 2011, s. 12), která byla v případě daného projektu zvolena velmi jednoduše především proto, aby neodradila

respondenty od vyplnění (viz příloha D). Každý z 26 vybraných faktorů byl ohodnocen dle své důležitosti pro lokalizační rozhodnutí číslicí 1 – 5. Poslední otázka byla otevřená a bylo zde možno zaznamenat jiné lokalizační faktory, které nebyly do dotazníkového šetření vybrány.

4.3 VYMEZENÍ A URČENÍ VELIKOSTI VÝBĚROVÉHO SOUBORU

Dalším důležitým krokem je vymezení výběrového vzorku, tzn., ze základního souboru, který obsahuje všechny prvky přicházející v úvahu v rámci daného šetření, je nutno vymezit soubor výběrový, za který se považuje konečná podmnožina prvků základního souboru, která byla vybrána záměrně či náhodně a která je reprezentativní (Kožíšek a kol., 2008, s. 12). Reprezentativnost vzorku je jedním z důležitých předpokladů statického zpracování. Reprezentativní výběr byl v rámci výzkumu prováděn ze skupin, kdy všechny zkoumané objekty byly rozděleny dle určitého znaku (dle ekonomických činností) a z každé skupiny bylo vybráno několik reprezentantů, kteří byli podrobeni výzkumu. Neúplné zjišťování poskytne tazateli přesné charakteristiky pouze za prošetřenou část souboru, za celý soubor může poskytnout pouze charakteristiky přibližné (Čermák a Vrabec, 1999, s. 6). Výběrové šetření (tzn. neoslovení celého základního souboru) má kromě nesporných kladů, mezi které lze zařadit především menší časovou náročnost na získání a zpracování dat, také několik záporů. Hlavním je, že odhady pořízené pomocí výběru se plně nekryjí se skutečnými vlastnostmi zkoumaného základního souboru, ale určitým způsobem se od něj odchylují, tzn., jsou zatíženy výběrovou chybou, která vznikne tím, že hodnoty proměnné jsou zjišťovány jen u výběrového souboru, ale závěry jsou prováděny pro celý základní soubor.

Základní soubor obsahoval všechny ekonomické subjekty odpovídající charakteristice MSP, u kterých bylo možno předpokládat význam zkoumaných faktorů (viz níže seznam odvětví, která nebyla zahrnuta do šetření). Tento soubor byl dále rozdělen dle hlavní činnosti klasifikace CZ-NACE do dílčích souborů a výběrové jednotky byly vybrány z těchto dílčích souborů, přičemž každá jednotka měla stejnou pravděpodobnost vybrání.

Hlediskem výběru byla tedy klasifikace CZ-NACE, podle které byly vyfiltrovány dílčí soubory z databáze ekonomických subjektů ALBERTINA a obsahující MSP dle zadaných kritérií. Jedná se tedy o tzv. stratifikovaný výběr při neúplném statistickém zjišťování, jelikož zjišťování byly podrobeny pouze některé prvky ze základního souboru. Do výzkumu bylo vybráno 13 секcí CZ-NACE, přičemž z každé sekce bylo potřeba vybrat min. 30 pozorování, které jsou brány za hranici rozlišování na malý a velký soubor (Dorba, s. 5). Jelikož se nepředpokládal 100% zájem o vyplnění dotazníku, bylo v každé sekci osloveno 35 podniků a cílem bylo zajištění alespoň 30 dotazníků v rámci každé z oslovených секcí. Návratnost dotazníků udává tab. 4. Z celkového počtu 455 oslovených firem bylo 22 % podniků z oblasti sekundárního a 78 % podniků z oblasti terciárního sektoru (viz tab. 4). Primárním a kvaternárním sektorem se výzkum z důvodu odlišného přístupu k lokalizaci nezabýval.

Tab. 4: Charakteristika vybraných respondentů dle odvětví

Odvětví	Počet získaných dotazníků
Průmysl	
Zásobování, vodou, služby související s odpadními vodami, odpady a sanace	32
Zpracovatelský průmysl	35
Stavebnictví	31
Služby	
Administrativní a podpůrné činnosti	33
Doprava a skladování	31
Informační a komunikační činnosti	35
Činnosti v oblasti nemovitostí	34
Ostatní činnosti	35
Peněžnictví a pojišťovnictví	34
Profesní, vědecké a technické činnosti	35
Ubytování, stravování a pohostinství	34
Velkoobchod a maloobchod	35
Vzdělání	32

Zdroj: vlastní zpracování

CZ-NACE dělí ekonomické subjekty do 21 sekcí. Ne všechny sekce však byly v souladu s účelem výzkumu, konkrétně proto nebyly dotazovány ekonomické subjekty v rámci:

- **Zemědělství, lesnictví, rybářství, těžba a dobývání a činnosti domácností jako zaměstnavatelů**, jelikož na tato odvětví nemá většina ze zkoumaných faktorů žádný vliv.
- **Výroba a rozvod elektřiny, plynu a tepla**, díky předpokladu, že lokalizace změn v energetice je významně ovlivněna spíše vědeckým a technologickým pokrokem (Vošta, 2008, s. 32 – 39) než zkoumanými faktory.
- **Zdravotnictví a sociální péče a veřejná správa a obrana, povinné sociální zabezpečení a činnosti exteritoriálních organizací a orgánů**, jelikož zde ve většině případů nelze kontaktovat příslušnou osobu a dále většina zkoumaných faktorů je pro dané oblasti irelevantní.
- **Kulturní, zábavní a rekreační činnosti**, o kterých se ve spojitosti s výzkumem nejdříve uvažovalo, avšak později bylo opět zjištěno, že i tato oblast je pro daný výzkum nevhodná. Důvodem bylo především irelevantnost většiny zkoumaných faktorů, které v kreativním prostředí²³ nehrají podstatnou roli.

Jelikož cílem výzkumu bylo oslovit osoby, které o umístění rozhodovali, nemohly být do dotazníkového šetření zařazen ani respondenti, kde by kontakt na osobu rozhodující o umístění byl irelevantní. Jako příklad lze uvést:

- sekci dle klasifikace CZ-NACE exteritoriálních organizací;
- státní podniky;
- veřejnoprávní instituce;
- FO – z důvodu absence telefonických a elektronických kontaktů a velkého vlivu blízkosti bydliště u těchto podnikatelských subjektů;
- bytová družstva;
- firmy v konkurzním řízení, v likvidaci, s pozastavenou činností, jelikož tyto firmy nejspíše nebudou mít zájem o zodpovězení zadaných dotazů, atd.

²³ Kreativní prostředí je charakteristické především neformální a spontánní komunikací mezi jednotlivými aktéry a existencí originálních a zakořeněných znalostí.

Dále bylo nutno eliminovat respondenty s více jak 250 zaměstnanci. Jak je patrné z tab. 5, z celkového počtu 435 získaných dotazníků byla více než polovina firem drobných, jednu třetinu tvořily podniky malé a pouze 15 % podniků patřilo do kategorie střední velikosti. Není možné porovnat, do jaké míry se struktura oslovených respondentů shoduje s realitou, jelikož, jak vyplývá z dat Českého statistického úřadu, k 31. 12. 2011 bylo v ČR evidováno celkem 2 703 444 podnikatelských subjektů, přičemž 1 553 728, tj. více jak 57 % z nich, počet zaměstnanců neuvedlo. Charakteristiku vybraných respondentů v grafické podobě obsahuje Příloha A.

Tab. 5: Charakteristika oslovených podniků

KATEGORIE PODNIKŮ	POČET ODPOVĚDÍ	% Z CELKOVÉHO POČTU DOŠLÝCH ODPOVĚDÍ
DROBNÉ	224	52 %
MALÉ	145	33 %
STŘEDNÍ	66	15 %

Zdroj: vlastní zpracování

4.4 NÁHODNÝ VÝBĚR RESPONDENTŮ

Výzkumník musí mít při statistickém šetření stále na paměti, že aby mohla být získaná data správně statisticky zpracována, je potřeba provést **náhodný výběr** a dále je potřeba získat pokud možno všechny odeslané dotazníky. Při celoplošném dotazování či odeslání několika tisíc dotazníků lze očekávat pouze malé procento návratnosti, jelikož žádosti o vyplnění a navrácení vyhoví pouze malá část dotazovaných.²⁴ V případě nezískání všech dotazníků by se přitom jednalo o anketu²⁵, která je založena na dobrovolnosti dotazovaných a která slouží pouze k určité orientaci ve sledované problematice.

²⁴ Takto získaná data však není možné ze statistického hlediska posoudit a považovat je za obecně platná, jelikož mezi zjišťovanou skutečností a tím, zda obdržíme nebo neobdržíme odpověď, bývá značná závislost (Cyhelský a kol., 1996, s. 28).

²⁵ Anketa by poskytla dobré výsledky, pokud by se výzkum měl zaměřit na firmy, jež daná problematika zajímá.

Pro výzkum lokalizačních faktorů byl proto zvolen tzv. náhodný výběr, který vyžaduje naprostou náhodnost při vlastním vybírání a při uplatnění předem stanovených pravděpodobností, čímž se využije výhodných stránek náhody a daný výběr nebude subjektivně negativně ovlivněn. Díky těmto charakteristikám a především díky hledisku pravděpodobnosti lze náhodný výběr označit novějším termínem „*pravděpodobnostní výběr*“. Pokud by tento náhodný výběr nebyl proveden a byly by osloveny firmy například ze začátku abecedy, nelze získané poznatky zobecnit na celý soubor a výsledky považovat za reprezentativní.

Před samotným elementárním statistickým zpracováním získaných dat byl proveden **předvýzkum**, ve kterém bylo náhodně vybráno a osloveno dvacet firem z Libereckého a Ústeckého regionu, jimž byl dotazník zaslán elektronickou poštou. Na základě došlých odpovědí bylo možno usuzovat, že dotazník je konstruován dostatečně srozumitelně, přesto bude dosažení vysoké návratnosti obtížné.

4.5 STATISTICKÉ ZPRACOVÁNÍ DAT

Prvním krokem zpracování bylo provedení analýzy oslovených respondentů – podle velikosti a dle krajů (viz Příloha A). Dále byla získaná data pro potřeby statistického zpracování roztržena do tabulek rozdělení četností formou kontingenčních tabulek, které byly použity k verifikaci vyslovených hypotéz. V případě výzkumu bylo zkoumáno, zda výše hodnocení zkoumaného faktoru závisí na ekonomickém odvětví, na velikosti podniku a v případě vybraných faktorů také na situaci v regionu. Dále byly vysloveny hypotézy, pro jejichž ověření bylo využito následujících statistických metod:

- kontingenční analýza;
- Kruskal-Wallisův test nezávislosti;
- regresní analýza;
- shluková analýza.

4.5.1 Test o normalitě rozdělení

V prvním kroku byl proveden v rámci každé skupiny test o normalitě rozdělení pomocí Pearsonova chí-kvadrát testu. Nulová a alternativní hypotéza pro ověření normality dat pro lokalizační faktor zní:

H_0 : Hodnocení faktoru lze považovat za náhodný výběr z normálního rozdělení.

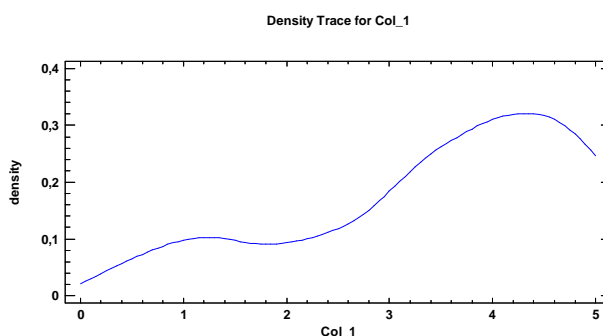
H_1 : Hodnocení faktoru nelze považovat za náhodný výběr z normálního rozdělení.

Pakliže nejmenší hodnota P-value je mezi provedenými pravděpodobnostními třídami menší než 0,05, můžeme odmítnout myšlenku, že data pochází z normálního rozdělení s 95% spolehlivostí. P-value v podstatě říká, jaká je minimální hladina významnosti, na níž bychom při daném výběrovém souboru mohli nulovou hypotézu zamítnout. Je zřejmé, že čím menší je p-value, tím silnější je výpověď náhodného výběru proti nulové hypotéze. Příklad testu o normalitě rozdělení pro lokalizační faktor Dostupnost informačních a komunikačních technologií je uveden v tab. 6.

Tab. 6: Test normality pro lokalizační faktor Dostupnost informačních a komunikačních technologií

Test	Testové kritérium	P-Value
Chí-kvadrát	4335,61	0,0

Zdroj: vlastní zpracování



Obr. 4: Test normality pro lokalizační faktor Dostupnost informačních a komunikačních technologií.
Zdroj: vlastní zpracování

Po porovnání geometrické interpretace křivky normálního rozdělení pro konkrétní lokalizační faktor (obr. 4) s teoretickou křivkou normálního rozdělení a na základě vypočtené hodnoty $P\text{-value} = 0,0$ (tab. 6) χ^2 testu, lze na 95% hladině významnosti učinit závěr vedoucí k zamítnutí nulové hypotézy, že hodnoty pocházejí z normálního rozdělení. Normalitu rozdělení nebylo možno potvrdit u žádného ze zkoumaných faktorů. Hladina významnosti α bude stanovena na 5% také v celém dalším textu.

4.5.2 Kontingenční analýza

Kontingenční tabulka obecně zobrazuje rozdělení četnosti obou sledovaných kvalitativních znaků podle jednotlivých obměn a slouží pro analýzu, zda existuje nebo neexistuje statisticky významná závislost mezi řádky a sloupci. Jejich případná závislost se projevuje tím, že při změně hodnot jedné proměnné se mění pravděpodobnostní rozdělení druhé veličiny. Příklad:

H_0 : Hodnocení lokalizačního faktoru a velikost podniku v kontingenční tabulce jsou nezávislé.

H_1 : Hodnocení lokalizačního faktoru a velikost podniku v kontingenční tabulce jsou závislé.

Tab. 7: Kontingenční tabulka pro lokalizační faktor Cena práce.

Velikost podniku	1	2	3	4	5
Drobné	38	5	46	67	68
Malé	18	8	16	63	40
Střední	8	6	8	24	20

Zdroj: vlastní zpracování

Hodnocení závislosti pomocí kontingenční tabulky (příklad viz tab. 7) bude použito při verifikaci hypotézy o závislosti hodnocení lokalizačního faktoru na velikosti podniku z důvodu možného posouzení síly a směru závislosti. Konkrétně se bude jednat o **jednostrannou volnou závislost**, při níž má smysl vysvětlovat změny hodnot X změnami hodnot Y a zároveň nemá z logiky věci smysl vysvětlovat změny hodnot Y změnami

hodnot proměnné X. Zároveň konkrétní hodnotě jedné proměnné odpovídají různé hodnoty proměnné druhé, neboli každé hodnotě jedné proměnné odpovídá určité podmíněné rozdělení četností proměnné druhé.

Sílu kontingence lze vyjádřit pomocí koeficientu kontingence nazývaném Cramerovo V, který nabývá hodnot v otevřeném intervalu $V \in (0,1)$ a pomocí koeficientu kontingence Pearsonovo C, který nabývá hodnot $C \in (-1,1)$.

Vzhledem k povaze hodnocených veličin, kdy hodnocení lokalizačního faktoru a i velikost podniku lze považovat za kvantitativní znaky, je možné měřit nejen sílu závislosti, ale také **směr kontingence**. U jednotlivých faktorů tak lze v rámci verifikace hypotézy o závislosti ověřit, zda platí, že čím větší, resp. menší je podnik, tím větší, resp. menší, význam má daný faktor. Pro vyjádření míry směru závislosti bude využito Somersova symetrického koeficientu, jenž nabývá hodnot $(-1;+1)$, přičemž záporné hodnoty signalizují nepřímou a kladné přímou ordinální závislost obou proměnných, a dále Kendallova koeficientu, který nabývá hodnot z intervalu $(0;1)$ a který se interpretuje obdobně jako symetrický koeficient Somersův a je sestaven jako geometrický průměr asymetrických variant Somersova koeficientu. V případě symetrické kontingenční tabulky podle některé diagonály jsou tyto míry shodné.

4.5.3 Chí-kvadrát test nezávislosti

Pro ověření závislosti statistických znaků uspořádaných do kontingenční tabulky slouží tzv. chí-kvadrát test nezávislosti, který patří mezi neparametrické metody a tím pádem nevyžaduje znalost rozdělení statistických proměnných. Vyjdeme z formulace hypotéz:

H₀: Hodnocení lokalizačních faktorů je nezávislé na velikosti podniku.

H₁: Hodnocení lokalizačních faktorů lze považovat za závislé na velikosti podniku.

Nulová hypotéza tvrdí, že zkoumané znaky jsou nezávislé a při jejím zamítnutí dochází na stanovené hladině významnosti k potvrzení alternativní závislosti mezi zkoumanými

proměnnými. Podmínkou použití chí-kvadrát testu je minimálně 80 % teoretických četností větších než 5, což lze považovat za jeden z důvodů, proč je tento test uplatněn pouze v rámci verifikace hypotézy o závislosti hodnocení daného faktoru na velikosti podniku. Verifikace hypotézy o závislosti hodnocení na ekonomické činnosti by nebyla možná bez značného slučování jednotlivých sloupců, čímž by docházelo ke zkreslení výsledků.

4.5.4 Kruskal-Wallisův test

Předpokladem Kruskal-Wallisova testu je ordinální škála měření se stejným tvarem rozdělení v populacích, ze kterých jsou prováděny nezávislé a náhodné výběry. Tento test je vhodné použít především v případech, kde není možné využít jednofaktorovou analýzu rozptylu, jelikož není splněna podmínka o normálním rozdělení. Dále musí být posuzována podmínka o rovnosti rozptylů neboli homoskedasticita, která může být ověřena pomocí tzv. **Levenova testu**. Testované hypotézy lze v případě Levenova testu formulovat následovně:

H_0 : Rozptyly ve všech třídách jsou stejné.

H_1 : Rozptyly ve všech třídách lze považovat za statisticky významné.

Levenův test v podstatě provádí analýzu rozptylu na reziduích a není tak citlivý na porušení předpokladu normality (Parra-Frutos, 2009, s. 672). V případě hodnoty P-value Levenova testu větší než 0,05, nezamítáme nulovou hypotézu o shodnosti rozptylů, neboli nebyla porušena podmínka homoskedasticity a lze zkoumat závislost proměnné hodnocení lokalizačního faktoru na faktoru ekonomické činnosti podniku či atraktivity regionu pomocí neparametrické alternativy analýzy rozptylu, Kruskal-Wallisova testu. Test může být použit k určení závislosti ve třech či více nezávislých skupinách náhodných výběrů (Chan a Walmsley, 1997, s. 1755). Obecně lze hypotézy v případě Kruskal-Wallisova testu formulovat:

H_0 : Mediány ve všech skupinách se rovnají.

H_1 : Mediány alespoň dvou skupin se liší.

Jelikož v případě Kruskal-Wallisova testu jsou k dispozici méně kvalitní data, H_0 zamítáme méně často než u parametrického testu pomocí analýzy rozptylu. Přestože je účinnost tohoto testu v porovnání s analýzou rozptylu uváděna cca 90%, lze nalézt několik jeho odpůrců především z řad behaviorálních psychologů (Vargha a Delaney, 1998, s. 170).

4.5.5 Regresní analýza

Pro popis závislostí hodnocení mezi jednotlivými sektory bude použita regresní analýza (dále jen RA). Konkrétně se bude jednat o jednorozměrnou lineární regresi, díky které bude posuzována vzájemná závislost hodnocení lokalizačních faktorů mezi podniky sekundárního a terciárního sektoru.

Regresní model lze napsat v obvyklém tvaru (1), kde proměnná Y vyjadřuje hodnocení faktorů podniky terciárního, X hodnocení podniky sekundárního sektoru, β_1 představuje směrnici a regresní koeficient vyjadřující závislost změny hodnoty Y při změně X , β_0 absolutní člen neboli kvocient a poslední člen náhodnou veličinu.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon \quad (1)$$

V první fázi RA byly testovány následující hypotézy:

H_0 : Zvolená funkční závislost mezi závisle a nezávisle proměnnou neexistuje.

H_1 : Zvolená funkční závislost mezi závisle a nezávisle proměnnou existuje.

Dále byla testována statistická významnost jednotlivých regresních parametrů. Konkrétně se jedná potvrzení významnosti směrnice a kvocientu:

$$H_0: \beta_1 = 0$$

$$H_1: \beta_1 \neq 0$$

a

$$H_0: \beta_0 = 0$$

$$H_1: \beta_0 \neq 0$$

Pakliže byla na 5% hladině významnosti prokázána hypotéza, že kvocient β_0 je možné považovat za statisticky nevýznamný, lze model upravit do tvaru (2):

$$Y = \beta_1 X + \varepsilon \quad (2)$$

a z rovnice bez konstanty nejdříve opět verifikovat hypotézu:

H_0 : Zvolená funkční závislost mezi závisle a nezávisle proměnnou neexistuje.

H_1 : Zvolená funkční závislost mezi závisle a nezávisle proměnnou existuje.

A dále hypotézu o statistické významnosti směrnice parametru β_1 :

$$H_0: \beta_1 = 0$$

$$H_1: \beta_1 \neq 0$$

V závěrečném kroku je testována hypotéza o shodě hodnocení mezi podniky jednotlivých sektorů, přičemž pakliže je možné jednotlivá hodnocení považovat za shodná, nesmí dojít k zamítnutí nulové hypotézy:

$$H_0: \beta_1 = 1$$

$$H_1: \beta_1 \neq 1$$

Obor přijetí lze v případě hypotéz o statistické významnosti jednotlivých parametrů definovat jako W (3) s testovým kritériem T (4).

$$W = \{T: |T| \geq t_{1-\frac{\alpha}{2}}(n-1)\} \quad (3)$$

$$T = \frac{b - \beta}{s} * \sqrt{\sum x_i^2} \quad (4)$$

Pakliže testové kritérium nebude součástí oboru přijetí, nezamítáme nulovou hypotézu a potvrdil se předpoklad, že $\beta_1 = 1$ a jednotlivá hodnocení lze považovat za shodná v rámci obou zkoumaných sektorů.

4.5.6 Shluková analýza

Shluková analýza (dále jen SA) je jednou z technik vícerozměrné analýzy, jejímž hlavním cílem je rozdělení objektů, které jsou charakterizovány určitými vlastnostmi do skupin neboli shluků. Hlavním požadavkem v rámci jednotlivých shluků bude co největší homogenita uvnitř shluku a co největší heterogenita mezi jednotlivými shluky. Uplatnění této metody vede k příznivým výsledkům zejména tam, kde se objekty v rámci určitého souboru seskupují do přirozených skupin. Jedním z prvních kroků SA je kromě výběru nejlepší metody také stanovení optimálního počtu shluků, do kterého mají být data rozdělena, přičemž lze použít některé z algoritmů hierarchického shlukování. To znamená sestavit hierarchickou posloupnost rozkladů od souboru jako jediného shluku až po rozklad na několik jednotlivých shluků tak, že každý rozklad bude moci být považován za zjemnění předchozího. V různých etapách algoritmů je také možné posoudit podobnost dvou objektů ve shluku, podobnost objektu a shluku a také podobnost dvou shluků. Míru podobnosti lze vyjádřit od nuly pro maximální rozdílnost do jedničky pro totožnost. Z praktických důvodů lze použít také míry vzdálenosti, kdy je tentýž jev měřen v opačném směru. Za co nejvíce vzdálené kompaktní shluky lze považovat ty, u kterých bude dosaženo minima celkového součtu čtverců odchylek všech hodnot od příslušných shlukových průměrů (Hebák a kol., 2007, s. 120 – 122). SA zahrnuje řadu metod a postupů, jež mohou sloužit k vytvoření co nejsourodejších skupin objektů (Löster, 2011, s. 11). V rámci popisovaného výzkumu lze popsat zjednodušený metodický postup SA:

- výběr proměnných, které charakterizují vlastnosti shlukovaných objektů;
- prověření vzájemných vztahů mezi proměnnými (přičemž zpracovávaná data lze považovat za náhodnou a vzájemně nezávislou proměnnou);
- počet shluků, které mohou být stanoveny dle intuice;
- způsob hodnocení vzdálenosti či podobnosti objektů, kde bude využita **Euklidova vzdálenost**²⁶, která představuje délku přepony pravoúhlého trojúhelníka. Výpočet této míry vzdálenosti mezi i-tým a j-tým objektem je založen na Pythagorově větě

²⁶ Euklidovská vzdálenost bude z důvodu větší přehlednosti upřednostněna před Čebyševovou i Hemmingovou mírou vzdálenosti. V odborné literatuře jsou dále popisovány míry vzdálenosti a podobnosti objektů pro kvantitativní proměnné. Jako příklad lze uvést Lanceyovu-Williamsovu vzdálenost a v případě podobnosti například Jaccardův koeficient.

(5). V dalším kroku při shlukování pomocí tzv. Wardovy metody, bude použita druhá mocnina této vzdálenosti.

$$d(x, y) = \sqrt{\sum_{i=1}^p (x_i - y_i)^2} \quad (5)$$

- Pro zjišťování podobnosti shluků bude z důvodu lepší přehlednosti dat a interpretace výsledků uplatněna **Wardova metoda**, která minimalizuje heterogenitu shluků, tj. shluky se vytvářejí pomocí maximalizace vnitroshlukové homogenity. Mírou homogenity shluků je vnitroshlukový součet čtverců odchylek hodnot od průměru shluku G_1 (6). Jednou z výhod této metody je tendence odstraňovat malé shluky a tvořit shluky přibližně stejné velikosti (Löster, 2011, s. 21).

$$G_1 = \sum_{h=1}^k \sum_{i=1}^{n_h} \sum_{t=1}^m (x_{hit} - \bar{x}_{ht})^2 \quad (6)$$

- Jako grafické vyjádření postupného procesu shlukování objektů bude použit **dendrogram**, který slouží ke znázornění procesu spojování či rozdělování dílčích shluků. Délka větví dendrogramu znázorňuje vzdálenost mezi shluky, přičemž platí, čím kratší jsou délky úseček, tím více jsou si objekty podobné.

5 ZKOUMANÉ FAKTORY

Jak již bylo uvedeno v kap. 2.3.5, 26 zkoumaných lokalizačních faktorů bylo pro větší přehlednost rozděleno do 4 skupin (viz obr. 2), a to na základě publikovaných předchozích výzkumů či dle logického úsudku. Cena práce nebo náklady na dopravu by například mohly tvořit samostatnou skupinu nákladových lokalizačních faktorů, avšak pro zachování lepší přehlednosti byly zařazeny do skupiny pracovních a infrastrukturních faktorů. Z důvodu lepší přehlednosti textu byly podrobné tabulky s elementárním statistickým hodnocením jednotlivých faktorů podle druhu ekonomické činnosti dány do přílohy B.

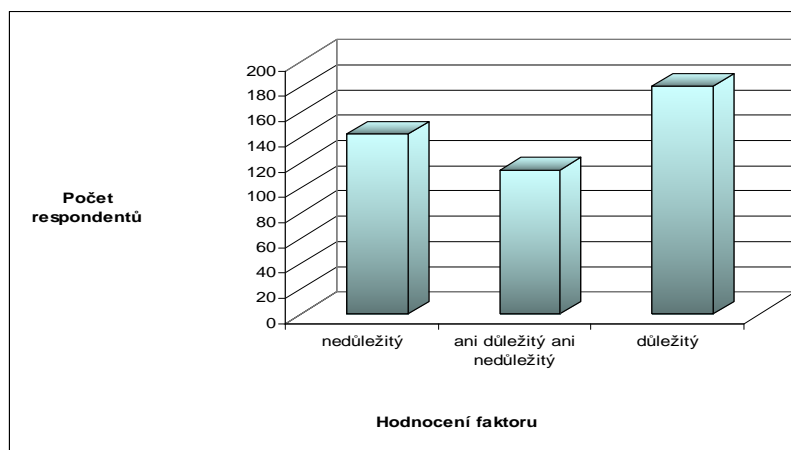
5.1 REGIONÁLNÍ A LOKÁLNÍ FAKTORY

Do této skupiny bylo zařazeno celkem 15 faktorů, které se nějakým způsobem dotýkají dané lokality a vybraného regionu, přičemž prvních 11 zkoumaných faktorů patří do skupiny tzv. měkkých. Těm většina podobných výzkumů v minulosti nevěnovala téměř žádnou pozornost a tak tato oblast není doposud příliš zmapována. V České republice jsou také často měkké faktory regionálního rozvoje z různých důvodů reflektovány neodpovídajícím způsobem (Slach a kol., 2008, s. 15 – 24).

5.1.1 Tradice a historie lokality

Výzkum zjišťoval míru důležitosti, kterou ekonomické subjekty při svém rozhodování o umístění přisuzují tradici a historii dané lokality. Lze předpokládat, že větší význam tomuto faktoru budou přisuzovat firmy, které si na tradici zakládají a jejichž předmět činnosti je spjat s historií lokality. Nepředpokládá se tedy větší význam u odvětví náročnějších na moderní technologie. Na základě těchto úvah lze vyslovit předpoklad, že *daný faktor bude méně významný v terciárním než v sekundárním sektoru.*

Jak je vidět na obr. 5, lokalizační faktor tradice a historie lokality byl respondenty hodnocen velmi rozdílně a často se hodnoty blížily průměrnému hodnocení 3 (celková průměrná hodnota za všechna zkoumaná odvětví je 3,02). Jako důležitý byl daný faktor hodnocen 41 % respondenty, jako nedůležitý pak 33 % dotázaných respondentů a čtvrtina jej považuje za neutrální pro své rozhodování.



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 5: Hodnocení faktoru tradice a historie lokality

Z hlediska jednotlivých ekonomických odvětví, byla největší důležitost tomuto faktoru přiřazena v sekci ubytování a stravování, kde byla průměrná známka 3,5 a ve které bylo nejčastěji uváděno, že tradice a historie lokality je „spíše důležitá“ při rozhodování o lokalizaci. Dále v sekci administrativních a podpůrných činností (dále jen administrativních), kde byla průměrná známka 3,37 a nejčastější odpověď byla opět „spíše důležitý“ faktor. Nejmenší význam tohoto faktoru byl zaznamenán v případě novějších odvětví. Podprůměrně byl faktor hodnocen v sekci profesních, informačních a komunikačních činností. Z hlediska modu byla u většiny ekonomických odvětví hodnota vyšší než průměrná, tzn., nejčastěji bylo respondenty uváděno, že tradice a historie lokality je pro ně „spíše důležitá“. Nelze však učinit jednoznačný závěr, že by daný faktor byl v některém odvětví hodnocen výrazně odlišně než v ostatních. Z hlediska porovnání podniků průmyslu a služeb byl daný faktor hodnocen o něco důležitěji průmyslovými podniky. Konkrétně 46 % respondentů ze sekundárního sektoru označilo tradici a historii lokality za důležitou a 26 % za nedůležitou při rozhodování. V podnicích terciárního

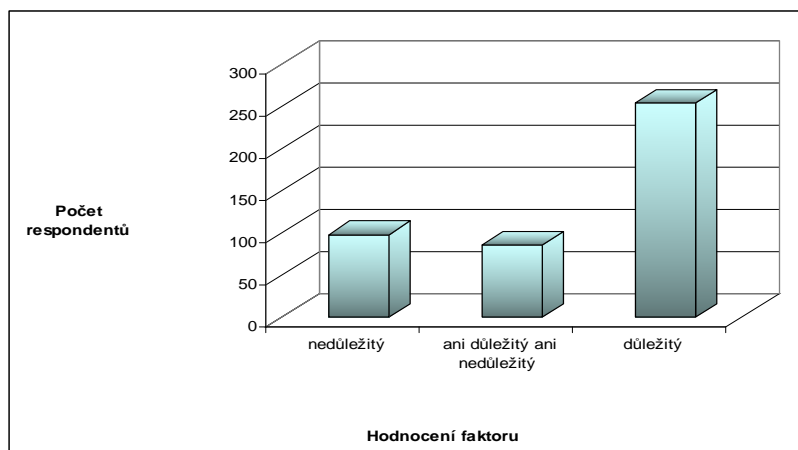
sektoru pak byl tento faktor hodnocen 40 % jako důležitý a 34 % jako nedůležitý. Pro zbylé respondenty neměla tradice a historie lokality ani pozitivní ani negativní vliv na rozhodování o umístění. Byl tedy zaznamenán menší význam pro ekonomické subjekty zabývající se oblastí služeb a tím částečně potvrzen předpoklad, že tradice a historie lokality hrají větší význam v ekonomických činnostech spjatých s historií.

5.1.2 Kvalita a atraktivita území

„Kvalita prostředí je jedním z určujících kritérií pro lokalizaci bydlení vyšších příjmových skupin“ (Maier a Čtyřoký, 2000, s. 29), proto lze u tohoto faktoru předpokládat, že firmy ve všech odvětvích by měly usilovat o lokalizaci v místech s vysokou atraktivitou a tedy že tento faktor bude hrát při lokalizaci podstatnou roli. Atraktivitu města zpravidla vysvětluje vztah mezi urbanizací a industrializací, jelikož město nabízí nejen práci, ale i výsledky činnosti univerzit, výzkumu, finanční, manažerské a další služby, rozvinutý systém dopravy a městský způsob života (Kolektiv autorů, 2004, s. 96). Zjednodušeně lze konstatovat, že lidé vykonávající náročnou a dobře placenou práci, chtějí ve svém regionu také odpovídající kvalitu bydlení, vzdělávání a zdravotnictví. Zvýšení atraktivity území a posílení udržitelnosti rozvoje v daném území lze přitom zajistit zakládáním kvalitních systémů zeleně, vybavením území infrastrukturou technických sítí či veřejných služeb (Maier a Čtyřoký, 2000, s. 12). V pojetí tohoto výzkumu interpretuje faktor všeobecnou přitažlivost daného území pro nově vstupující firmy a dalo by se říci, že úzce souvisí s faktorem „image regionu“. (Tento předpoklad byl potvrzen pomocí shlukové analýzy, viz kap. 6.8, kde oba faktory lze zařadit do tzv. „regionálního shluku.“) Nevýhodou vymezení tohoto faktoru je především jeho velká obecnost a lze proto předpokládat, že většina respondentů ho mohla interpretovat diferencovaným způsobem. Faktor nebyl specificky definován právě proto, aby měli vybraní respondenti prostor pro svou vlastní představivost a nebyla jim nucena unifikovaná definice.

Z výsledků průzkumu lze konstatovat, že daný faktor je ekonomickými subjekty hodnocen jako důležitý, jak je vidět z obr. 6, ve kterém se pro větší přehlednost sloučily hodnoty 1 a

2, které byly označeny jako nedůležité a hodnoty 4 a 5, které byly označeny jako důležité. Z této agregace pak vyplynulo, že 59 % dotázaných respondentů považuje zkoumaný faktor za důležitý, 19 % jej označilo jako neutrální a 22 % je považován za nedůležitý.



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 6: Hodnocení faktoru kvalita a atraktivita území

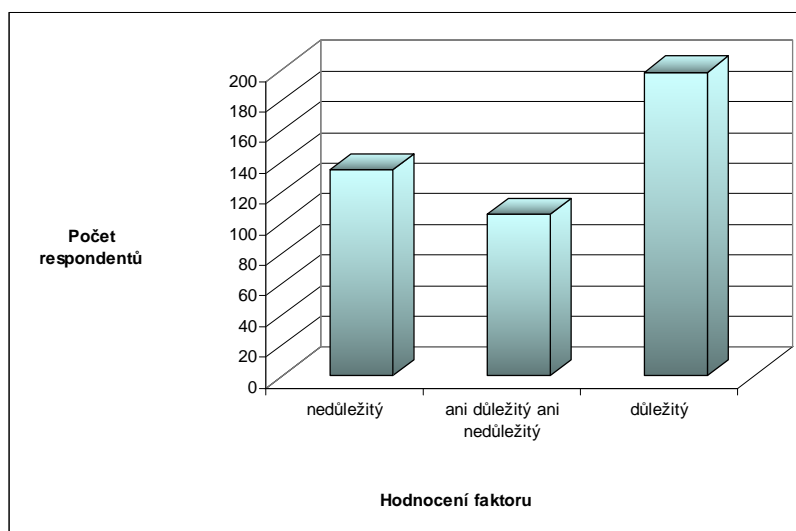
Výsledné hodnoty byly zkoumány z hlediska průměru, modu, směrodatné odchylky a jako doplňková charakteristika byl uveden medián. Celkové průměrné hodnocení dosáhlo výše 3,46, přičemž nejvíce byl faktor hodnocen v činnostech v oblasti nemovitostí, kde byla průměrná známka 4,21 a dále v oblasti ubytování, stravování a pohostinství (dále jen ubytování a stravování), kde byla průměrná známka 4,06, tzn. v těchto odvětvích je faktor hodnocen jako velmi důležitý. U podniků zabývajících se nemovitostmi, u ubytování a stravování a v případě velkoobchodu a maloobchodu byl také daný faktor nejvíce hodnocen jako „absolutně důležitý“. Tato odvětví se také vyznačují nejmenší směrodatnou odchylkou, tzn., v těchto oblastech hodnotili dotázaní respondenti faktor velmi podobně. Naopak nejméně byl daný faktor důležitý v oblastech vzdělávání, profesních a vědeckých a technických činností (dále jen profesních), kde byla nejčastěji uváděna odpověď, že faktor je pro danou oblast nedůležitý. Pro lepší interpretaci výsledků byla jednotlivá odvětví hodnocena i z hlediska mediánu, ze kterého lze vyčíst převážně vyšší než průměrné hodnocení daného faktoru. Z hlediska podniků sekundárního a terciárního sektoru nelze z výsledků výzkumu učinit jednoznačné závěry, jelikož v obou sektorech byla kvalita a atraktivita území hodnocena téměř shodně. Přestože se tedy jedná o měkký lokalizační

faktor, lze konstatovat, že je kvalita a atraktivita území důležitá pro umístění společnosti a to se stejnou váhou jak pro průmyslové podniky, tak pro služby.

5.1.3 Zázemí města

V případě zázemí města bylo zkoumáno, jaký důraz dávají firmy při svém rozhodování o umístění na zdravotnickou síť v dané oblasti, kulturní vyžití, školská zařízení, atd. Kvalitní zázemí města lze považovat za rozhodující kritérium především v případě kvalifikovaných lidských zdrojů, které si vybírají, kde budou pracovat. V případě zlepšení tohoto lokalizačního faktoru by tak pravděpodobně do regionu přibyl nejen nový podnik, ale následně také kvalifikované lidské síly.

Jak vyplynulo z výsledků výzkumu a jak je patrné na obr. 7, byl tento faktor téměř polovinou respondentů (45 %) hodnocen jako „spíše důležitý“ či „absolutně důležitý“. Dále je zde čtvrtina respondentů, kteří daný lokalizační faktor nehodnotí ani pozitivně ani negativně. Zbýlou jednou třetinou byl hodnocen jako nedůležitý.



Zdroj: vlastní zpracování

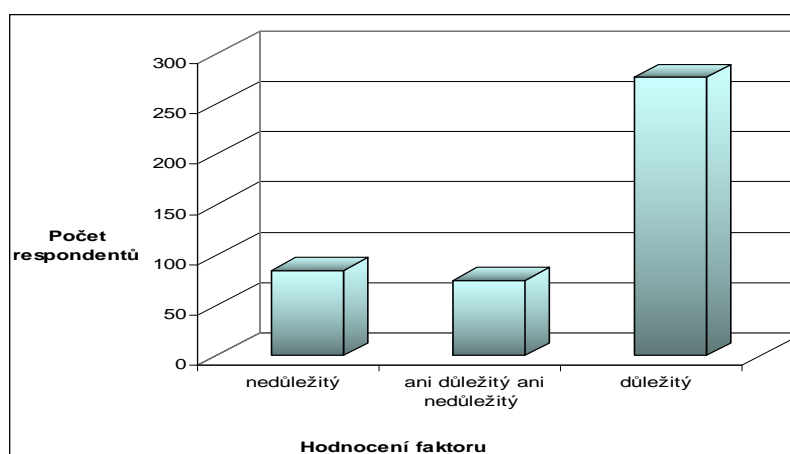
Obr. 7: Hodnocení faktoru zázemí města

Na tento faktor bylo respondenty nahlíženo velmi odlišně. Průměrná známka pro tento faktor je 3,11, přičemž nadprůměrně byl daný faktor hodnocen v organizacích zabývajících se administrativními, informačními a komunikačními činnostmi, činnostmi souvisejícími s nemovitostmi, dále ve stavebnictví, ubytování a u velkoobchodních a maloobchodních organizací. Průměrnou známkou nižší než 3 byl naopak hodnocen v oblastech profesních a vzdělávání, kde bylo také nejčastěji uváděno, že daný faktor je pro respondenty „absolutně nedůležitý“. Jelikož lze předpokládat, že v případě vědeckých a profesních činností je potřeba kvalifikovaných lidských zdrojů vyšší, neodpovídá tento závěr zcela původnímu předpokladu. Tato skutečnost je nejspíše způsobena tím, že podniky v této oblasti lokalizační faktory týkající se dané lokality (tzn. i kvalita a atraktivita území a jeho historie) příliš neovlivňují. Z hlediska srovnání průmyslových podniků a organizací služeb nehraje zkoumaný faktor větší roli ani v jednom sektoru, jelikož shodných 46 % respondentů z obou sektorů jej označilo za důležitý a třetina z obou sektorů za nedůležitý při rozhodování o lokalizaci. Přestože se jedná o měkký lokalizační faktor, je z výsledků výzkumu zřejmé, že většina firem si při své lokalizaci zázemí města uvědomuje a v budoucnu lze předpokládat jeho rostoucí význam.

5.1.4 Dostupnost informačních a komunikačních technologií

Tento faktor patří díky krátkodobé existenci informačních a komunikačních technologií spíše k novým lokalizačním faktorům. Díky velkému informačnímu a komunikačnímu boomu lze zkoumanému faktoru přisuzovat rostoucí význam, přičemž lze předpokládat, že výrazněji budou tento faktor hodnotit rychle se rozvíjející odvětví, která by se bez informačních a komunikačních technologií neobešla. Jedním z velkých přínosů informačních technologií pro lokalizaci je rozšíření vzdáleností a možností lokalizovat svou firmu i za hranicemi státu. Pro srovnání lze uvést výzkum uskutečněný v USA, ve kterém označilo jako hlavní lokalizační faktor telekomunikační infrastrukturu 38 % dotázaných (Venable, 1993, s. 885). Dle výsledků výzkumu holandského Ekonomického institutu je kvalita telekomunikací rozhodující pro služby a především pak pro distribuci (Office for Official Publications of the European Communities, 1993). Dále lze předpokládat, že

telekomunikace budou hrát rozhodující úlohu ve vztahu k lokalizaci především u méně vyspělých regionů. Úzkou vazbu telekomunikačních technologií, jejich potenciální benefity a vazbu na lokalizaci si uvědomuje například Malecki (1996, s. 61), který telekomunikační technologie řadí jako jeden z faktorů lokalizace především pro ekonomické subjekty zaměřené na znalostní aktivity. Malecki v podstatě zkoumal příchod technologií a jejich vliv na rozhodování a podnikání. Velký význam telekomunikačních technologií je zřejmý také v teoriích Wilsona, Teskeho a Hacka (1992, s. 71), kteří upozorňují na fakt, že téměř všechny lokalizační teorie, které byly publikovány do dvacátých let 20. století, postrádají telekomunikace jako jeden z faktorů lokalizace.



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 8: Hodnocení faktoru dostupnost informačních a komunikačních technologií

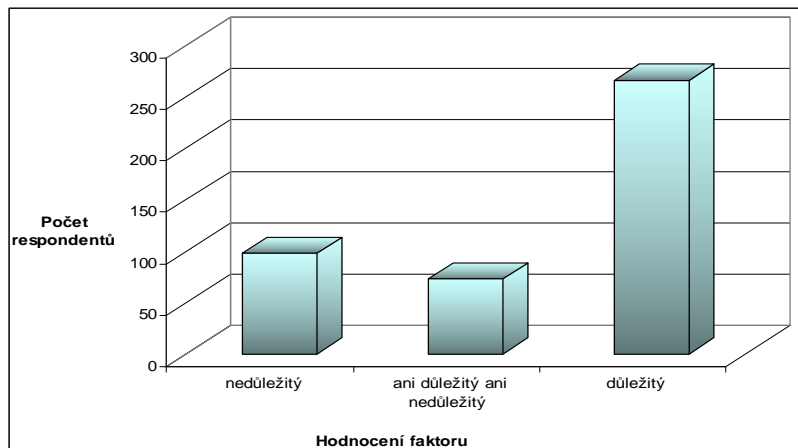
Dostupnost informačních a komunikačních technologií považuje za důležitý faktor při rozhodování o umístění své společnosti 63 % respondentů a lze tak učinit závěr, že tento faktor hraje pro většinu firem významnou roli. Pouze jednou pětinou respondentů byl tento faktor označen jako nevýznamný, viz obr. 8, přičemž zřejmý je značný význam tohoto faktoru ve všech zkoumaných odvětvích. V pěti odvětvích služeb bylo dokonce nejčastěji uváděno, že jsou komunikační a informační technologie pro umístění „absolutně důležité“. Velký význam tohoto faktoru je pak znát nejen z modu a mediánu, ale také z průměrných hodnot, které se pohybují okolo 4. U podniků informačních a komunikačních činností a maloobchodu a velkoobchodu je hodnocení dokonce nad hodnotou 4. Naopak nejmenší význam hraje daný faktor v podnicích dopravy. Z hlediska podniků sekundárního

a terciárního sektoru, byla o něco větší důležitost tomuto faktoru přisuzována v oblasti služeb. Výsledky se tedy shodují s nizozemským Ekonomickým institutem, z jehož výsledků vyplynulo, že kvalita telekomunikačních technologií je na 18 místě z 23 zkoumaných lokalizačních faktorů pro sekundární sektor a na 3 z 13 zkoumaných faktorů v případě terciárního sektoru. Teorie Grimase (1993) či Hepwortha (1990) pak předpokládají, že vlivem komunikačních technologií dojde v případě služeb k přesunu podniků do menších měst či na předměstí.

5.1.5 Hospodářský stav regionu

Tento faktor více než ostatní souvisí s regionální politikou a strategickým plánováním. Mnoho ekonomů se již řadu let snaží přijít na to, co stojí za odlišným vývojem hospodářského stavu jednotlivých regionů a proč mezi nimi vznikají rozdíly. Několik se jich přiklání k vlivu různých přírodních a demografických podmínek, které v daném regionu působí a které mají určitý vliv na výši nákladů. Důležitou roli v rozvoji regionu nehraje však pouze jeho geografická poloha, či přírodní podmínky, ale také povědomí o daném regionu, jeho historie a hospodářský stav, přičemž všeobecně platí, že ve vyspělejších regionech dochází z krátkodobého hlediska k rychlejšímu a efektivnějšímu zhodnocení prostředků než je tomu v regionech slabších. Z dlouhodobého hlediska je však možné, že se zhodnocení obrátí ve prospěch regionů zaostalejších, neboť může dojít k využití nevyužívaných či pouze částečně využívaných zdrojů.

Jak lze vyčíst z obr. 9, byl tento faktor oslovenými respondenty hodnocen spíše jako důležitý. 61 % dotázaných respondentů jej ohodnotilo známkou vyšší než tři a pouhých 22 % dotázaných respondentů jej označilo za nedůležitý. Zbývajících 17 % hospodářský stav regionu neovlivnil ani v pozitivním ani v negativním smyslu.



Zdroj: vlastní zpracování

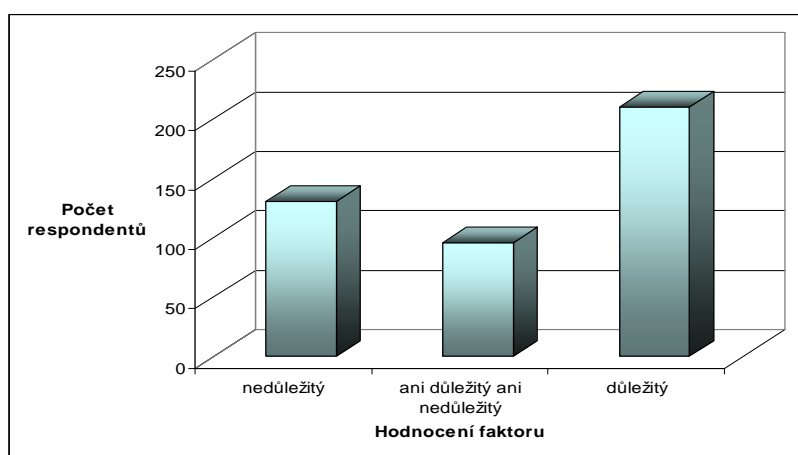
Obr. 9: Hodnocení faktoru hospodářský stav regionu

Nejvýše byl tento faktor hodnocen podniky v sekci činností v oblasti nemovitostí, kde byla také nejnížší variabilita jednotlivých odpovědí, dále ve stavebnictví a v sekci velkoobchod a maloobchod. Nadprůměrné hodnocení tohoto faktoru bylo zaznamenáno také v podnicích provozujících ubytovací a stravovací služby, peněžnictví a pojišťovnictví, informační, komunikační a administrativní činnosti, kde se průměrné hodnocení blížilo 4, tzn. „spíše důležitý“ rozhodovací faktor. Významnost faktoru je patrná také u modální hodnoty. Ve všech zkoumaných sekcích, kromě vzdělávání, byla nejčastěji uváděna nadprůměrná odpověď. V sekci vzdělávání pak bylo nejčastěji uváděno, že hospodářský stav regionu nemá na lokalizaci instituce absolutně žádný vliv a průměrná hodnota u tohoto odvětví byla 2,9. Vysokou průměrnou hodnotu a nízkou modální vysvětluje směrodatná odchylka, ze které lze vyčíst, že uváděné hodnoty se od průměru lišily o téměř 1,7. V ostatních odvětvích kromě profesních činností lze hospodářský stav regionu považovat za významný lokalizační faktor, přičemž stejná pozornost je tomuto faktoru věnována jak v podnicích sekundárního, tak i terciárního sektoru.

5.1.6 Image regionu

Lokalizační faktor image regionu byl v minulosti, kdy se dbalo zejména na snižování nákladů, ve většině případů opomíjen a jeho rostoucí význam byl zaznamenán teprve

v pozdějších letech. Image regionu spadá do měkkých faktorů a jako takový byl také součástí studie Německého institutu pro urbanismus, kde byl vysoký stupeň důležitosti zjištěn především v podnicích ze sektoru služeb, což vedlo k vyslovení předpokladu, že *lokalizační faktor image regionu nebude příliš významný pro firmy zabývající se průmyslovou výrobou*. V rámci citované německé studie byl větší význam tohoto faktoru zaznamenán především u bank a vydavatelství a u firem, které v dané lokalitě působí teprve krátce. Dále byl jeho nadprůměrný význam zjištěn u podniků s vyšším zastoupením vysoce kvalifikovaných pracovníků.



Zdroj: vlastní zpracování

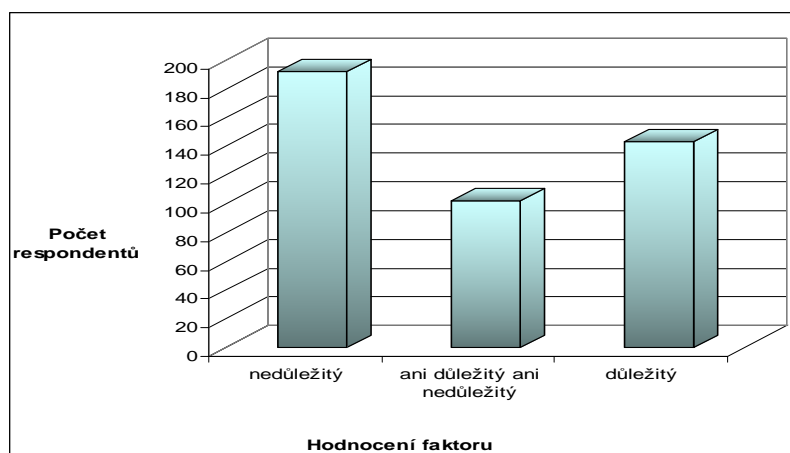
Obr. 10: Hodnocení faktoru image regionu

Z výsledků průzkumu a z obr. 10 je zřejmé, že image regionu hraje významnou roli pro téměř polovinu firem, roli nedůležitou či méně důležitou pro třetinu a zbylých 22 % respondentů faktor neovlivňuje. Větší význam tohoto faktoru je evidentní také z tabulky v Příloze B, kde respondenti v celkem 9 zkoumaných odvětvích uváděli, že je tento faktor pro lokalizaci „spíše důležitý“. Naopak nejčastější odpověď absolutní nedůležitosti tohoto faktoru byla zmiňována v odvětvích profesních činností a dále u vzdělávání, kde byla také nejnižší průměrná hodnota. Největší význam byl tomuto faktoru přisuzován v podnicích ubytování, stravování a dále u velkoobchodu a maloobchodu, což může souviset s tím, že dobrá image regionu nejspíše přiláká nové potenciální spotřebitele, popřípadě zahraniční turisty. Jelikož podprůměrná hodnota tohoto faktoru byla zjištěna ve dvou ze třech zkoumaných průmyslových odvětví a celkově byl větší význam tomuto faktoru věnován

v oblasti služeb, lze vyslovit závěr, že daný faktor má větší význam pro ekonomické subjekty v terciárním sektoru. Potvrdil se tedy předpoklad, že *lokalizační faktor image regionu nebude příliš významný pro firmy zabývající se průmyslovou výrobou.*

5.1.7 Možnosti využití volného času

Tento lokalizační faktor souvisí s potřebou kvalifikované pracovní síly aktivně trávit volný čas. Široká nabídka volnočasových aktivit a atraktivita území se stávají při hledání vhodného zaměstnání stále podstatnější. V mnoha případech lze tento faktor zařadit z hlediska důležitosti výše než platové ohodnocení a předpokládá se, že jeho význam dále poroste.



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 11: Hodnocení faktoru možnosti využití volného času

Jak je vidět z obr. 11, přestože se očekávalo, že by tento faktor při rozhodování o umístění společnosti mohl hrát podstatnou roli, většina dotázaných respondentů (44 %) jej označila jako nedůležitý, 23 % tento faktor neovlivnil a pouze zbylých 33 % jej považuje za důležitý. V sedmi zkoumaných odvětvích byl faktor hodnocen nejčastěji jako „absolutně nedůležitý“, ve třech jako neutrální a pouze ve třech jako „spíše důležitý“. Největší pozornost je tomuto faktoru věnována u podniků v odvětvích ubytování, stravování, dále ve stavebnictví a u činností s nemovitostmi. Díky malým rozdílům v průměrných hodnotách

však nelze označit odvětví, ve kterém tento faktor jednoznačně převládá. Nejmenší průměrná hodnota a to pouze 2,18, byla naměřena u administrativních činností, kde lze vzhledem k oboru působení předpokládat, že daný faktor nebude hrát příliš významnou roli. Díky malým rozdílům mezi jednotlivými odvětvími nelze učinit jednoznačný závěr, zda má tento faktor větší rozhodovací význam pro průmyslové podniky či pro subjekty poskytující služby.

5.1.8 Spolupráce se státní správou

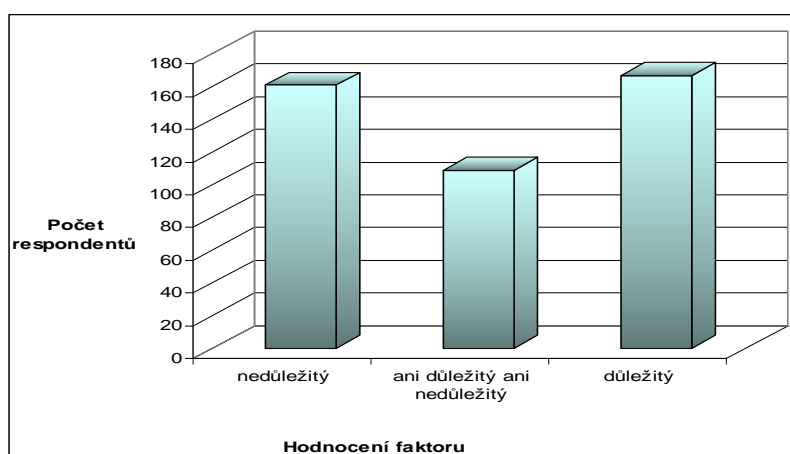
Pod tímto faktorem si lze představit spolupráci s obecními, městskými či krajskými úřady, se soudy, soudními exekutory, stavebním úřadem, úřadem práce (tomuto faktoru byla věnována detailnější pozornost v rámci lokalizačního faktoru kvalita úřadu práce) či s CZECH POINTEM. Jelikož však většina firem se státní správou, kromě několika návštěv úřadů za rok, do styku nepříjde, nebyl u tohoto faktoru očekáván větší význam. Tento faktor nebyl do dotazníkového šetření zařazen ani tak pro svou předpokládanou malou významnost, jako spíše pro zjištění, zda přeci jen existují některá odvětví, pro která hraje tento faktor významnější roli a pro jejichž přilákání do dané oblasti by měla být tato spolupráce zkvalitněna.

Dále je třeba uvést, že i na veřejné instituce lze aplikovat rozlišení základních lokalizačních faktorů. Konkrétně se jedná o faktor:

- **mobility**, tzn., že veřejné instituce by se měly snažit co nejvíce přiblížit občanovi a místu jeho bydliště, popř. pracoviště;
- **aglomerační výhody**, tzn., že nelze všechny veřejné instituce umístit do všech měst;
- **lokálních rozdílů.**

S tímto lokalizačním faktorem úzce souvisí faktor „*vstřícnost veřejného sektoru k podnikání*“, který ve své studii zkoumali Grabow a Hollbach-Grömig a který byl jako důležitý označován především velkými průmyslovými podniky. Jako nedůležitý byl pak –

v citované studii – hodnocen v oblasti výzkumu, sportu, reklamy a umění. 60 % dotázaných respondentů mu připisovalo značný vliv na lokalizační rozhodnutí ať v pozitivním či negativním smyslu a z pohledu velikosti měst byl jeho význam vyšší v malých městech (Rumpel a kol., 2008, s. 23). Ve výzkumu v rámci disertační práce byl jako důležitý z hlediska vlivu na lokalizační rozhodnutí tento faktor hodnocen 38 % dotázaných respondentů a u 37 % jako nedůležitý. Pro zbývající čtvrtinu respondentů byl při rozhodování o umístění indiferentní. Dále byla prokázána větší významnost spolupráce se státní správou v případě průmyslových podniků. Naopak u tří sekcí poskytujících služby byla nejčastější odpověď, že faktor je pro firmy „absolutně nedůležitý“.



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 12: Hodnocení faktoru spolupráce se státní správou

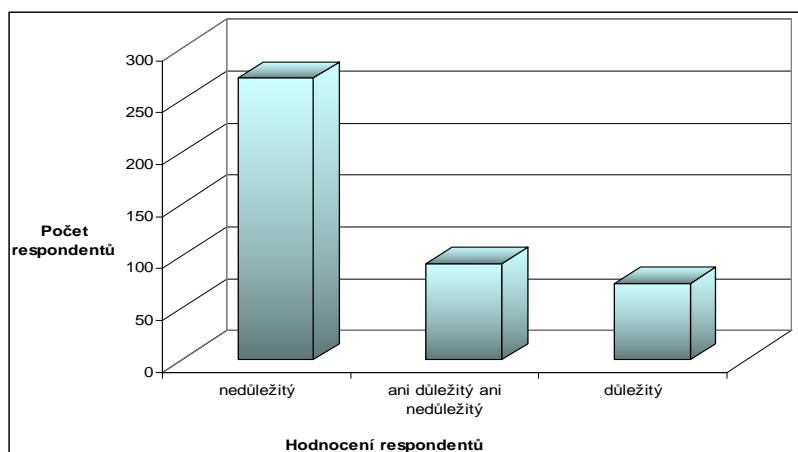
Jak je vidět z obr. 12, měkký faktor spolupráce se státní správou nelze z hlediska důležitosti jednoznačně vyhodnotit. Dle průměru i modu byl u zkoumaných ekonomických činností daný faktor nejméně významný pro podniky peněžnictví a pojišťovnictví, dále pro organizace v odvětvích vzdělávání, dopravy a profesních činností.

5.1.9 Kvalita úřadů práce

Lze předpokládat, že tento faktor bude většina podniků považovat za spíše nevýznamný, pakliže s úřadem práce nespolupracují či nemají dostatek informací o jeho činnosti. Lze

usuzovat, že kvalita úřadů práce bude tedy hodnocena jako důležitý faktor pouze u těch ekonomických subjektů, které jsou s úřadem práce ve spojení a pro které je jeho činnost podstatná. Větší spojení s úřadem práce lze přitom předpokládat v případě méně kvalifikovaných pracovních pozic a tedy zejména v případě pracovníků v průmyslu (dělnické profese).

Z obr. 13 je zřejmé, že nejvíce dotázaných respondentů (62 %) ohodnotilo tento faktor jako „absolutně nedůležitý“ či „spíše nedůležitý“ pro rozhodování o umístění společnosti a naopak pouze u 17 % respondentů lze očekávat, že je daný faktor nějakým způsobem ovlivnil. Pro zbylých 21 % byla kvalita úřadů práce faktorem bez vlivu na rozhodování o lokaci.



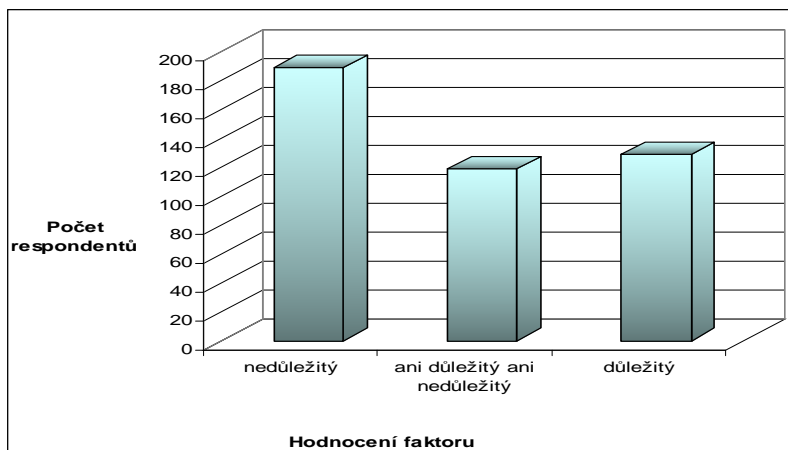
Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 13: Hodnocení faktoru kvality úřadů práce

Malý význam kvality úřadů práce při rozhodování o lokalizaci ekonomického subjektu je zřejmý také z přílohy B. Z hlediska modu byl faktor ve všech odvětvích kromě stavebního průmyslu označen jako „absolutně nedůležitý“, což také vypovídá o jeho malém významu při rozhodování o umístění společnosti. Obecně lze konstatovat, že malý význam tohoto faktoru může být spojen s ekonomickou situací, díky které je dostatek pracovních zdrojů a pro firmy není problém si kvalitní pracovníky obstarat i bez úřadu práce.

5.1.10 Přítomnost zahraničních firem

V práci Viturky (1998) lze tento faktor nalézt ve faktorech obchodních a z hlediska tvrdých a měkkých faktorů ho lze klasifikovat spíše jako měkký lokalizační faktor. Přítomnost zahraničních firem je zde však zařazena do skupiny regionálních a lokálních faktorů vzhledem k tomu, že zahraniční firmy do značné míry utvářejí a mění své okolní prostředí a lokalitu, ve které se rozhodnou podnikat. Do obchodních faktorů by byl zařazen, pokud by byla zkoumána geografická blízkost zahraničních firem. Sama přítomnost zahraničních firem v sobě zahrnuje velké množství pozitivních aspektů na své okolí a tyto firmy jsou pro danou oblast ve většině případů tvůrcem nových pracovních příležitostí a je s nimi možná spolupráce a obchodní kooperace. Přítomnost zahraničních firem může mít ve smyslu kvalitní konkurence na lokalizaci jak pozitivní tak na negativní vliv.



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 14: Hodnocení faktoru přítomnost zahraničních firem

Jelikož většina tuzemských firem zahraniční firmy podceňuje a výhody jejich blízkosti si neuvědomuje, dalo se očekávat, že tento faktor nebude pro většinu firem příliš důležitý (viz obr. 14). Tento předpoklad se také potvrdil, když 43 % respondentů jej označilo za nedůležitý, 27 % mu nepřisoudilo ani pozitivní ani negativní vliv na rozhodování a zbylých 30 % jej označilo za důležitý při rozhodování o umístění. Rozhodující význam tomuto faktoru nepřikládá žádné ze zkoumaných ekonomických odvětví. Největší průměrný význam byl zaznamenán u podniků v odvětvích ubytování, stravování a dále

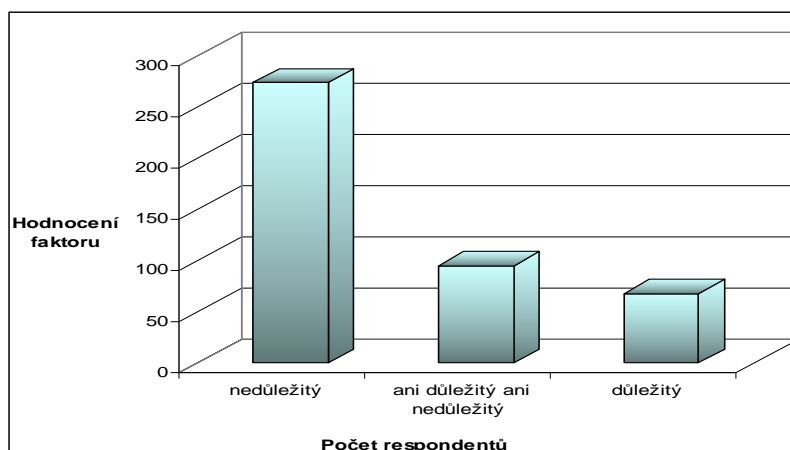
u maloobchodu a velkoobchodu. V ostatních odvětvích lze považovat přítomnost zahraničních firem za nevýznamný lokalizační faktor, přičemž nejmenší význam byl zaznamenán v oblasti vzdělávání, kde bylo také nejčastějším hodnocením „absolutně nedůležitý“ faktor. Přítomnost zahraničních firem lze pak považovat shodně za málo významný faktor jak pro podniky sekundárního, tak i terciárního sektoru.

5.1.11 Dostupnost a kvalita výzkumných zařízení

Některé typy podniků již ze své podstaty ke své práci výzkumná zařízení nepotřebují, jiná jim nepřisuzují takový význam, jelikož o možné spolupráci doposud neuvažovaly. Lze však konstatovat, že firmy, které jsou umístěny blízko výzkumných center či univerzit, z toho mohou mít významný prospěch. Mezi přínosy přelévání znalostí patří:

- zvýšená akumulace a zásoba užitečných znalostí;
- kvalifikovaní a proškolení absolventi univerzit;
- zajištění nového vědeckého vybavení;
- formování sítí a podpora sociálních interakcí;
- zvýšená kapacita pro vědecké a technické řešení problémů;
- vytváření nových firem (Skokan, 2004, s. 86).

Většinou oslovených respondentů byl faktor dostupnosti a kvality výzkumných zařízení hodnocen jako nedůležitý. Jako „absolutně důležitý“ při rozhodování jej označilo pouze necelých 5 % dotázaných a naopak „absolutně nedůležitý“ byl pro 40 % dotázaných. Pro lepší přehlednost byla data opět sloučena do tří skupin na nedůležitý, neutrální a na důležitý faktor. Z obr. 15 lze vyčíst výraznou převahu hodnocení faktoru jako nedůležitého (62 %). Jako důležitý faktor při rozhodování o umístění podniku byl pak hodnocen 16 % respondentů a na 22 % neměla kvalita výzkumných zařízení žádný vliv.



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 15: Hodnocení faktoru dostupnosti a kvality výzkumných zařízení

Průměrně byl tento faktor hodnocen respondenty jako „spíše nedůležitý“, tzn., celkový průměr se pohyboval okolo hodnocení 2. Největší význam byl u tohoto faktoru zaznamenán ve všech sekcích sekundárního sektoru. Podprůměrně byl tento faktor hodnocen u dopravy, činnostech souvisejících s nemovitostmi, ubytování a stravování a dále v oblasti vzdělávání, tzn., že byl zaznamenán nižší význam výzkumných zařízení při rozhodování o umístění podniků zabývajících se službami. Ve všech odvětvích terciárního sektoru byl také zkoumaný faktor nejčastěji označen za „absolutně nedůležitý“. Z hlediska konkurenceschopnosti regionu je tedy zřejmé, že výzkumná zařízení a jejich dostupnost budou hrát významnější roli v průmyslových odvětvích.

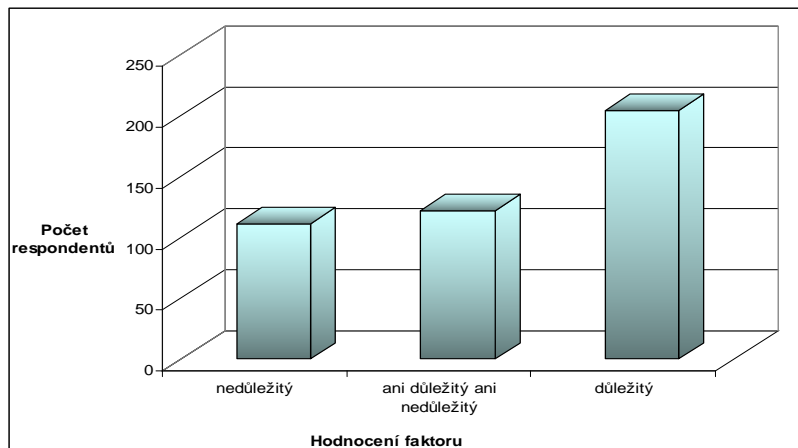
5.1.12 Výše daní a poplatků

Výše daní a poplatků je prvním lokalizačním faktorem zařazeným do tvrdých lokalizačních faktorů. Nicméně z důvodu podstatné univerzálnosti v rámci jednoho státu zde nelze předpokládat specifický význam. Regiony si ve svých strategických plánech uvědomují, že výše daní a poplatků může být spouštěcím mechanismem vedoucím k útlumu zejména malého a středního podnikání. Z hlediska lokalizačního rozhodování lze tento faktor chápat spíše jako výši daní z nemovitosti či místních poplatků, které se od sebe více či méně liší. Územní samospráva sama rozhoduje efektivně tak, aby byly její právní a správní možnosti

podepřeny také vlastními finančními prostředky. Státní zásahy jsou zde minimalizovány na stanovení horních a dolních rozmezí pro jednotlivé poplatky a je na obcích, zda se vůbec rozhodnou poplatky vybírat. Úroveň ekonomické situace v obci lze charakterizovat dle daňových příjmů na jednoho obyvatele. Příkladem územně správního poplatku, jehož výše může hrát rozhodující roli pro ekonomickou činnost zabývající se provozováním heren, kasin a sázkových kanceláří, je poplatek za výherní hrací přístroj, který se pohybuje v rozmezí od Kč 1000 do Kč 5000 za tři měsíce za každý automat. Dále lze zmínit poplatek za ubytovací kapacity, který se vybírá stejně jako lázeňský nebo rekreační poplatek v místech soustředěného turistického ruchu a který může mít při rozhodování o umístění vliv na ubytovací zařízení (Kancelář veřejného ochránce práv, 2009). Mezi další místní poplatky, které mohou hrát při výběru místa podnikání určitou roli, patří vodné a stočné, využívání a odstraňování komunálních odpadů, atd.

Dále do faktoru řadíme daň z nemovitosti, která se liší dle polohy pozemku či stavby, přičemž obec může závaznou vyhláškou upravit výši koeficientů, kterými se daňová povinnost za jednotlivé druhy nemovitostí násobí a záleží tak na daňové politice daného území. Na základě těchto informací lze předpokládat, že *faktor výše daní a poplatků bude nejpodstatnější pro sekci I – ubytování a stravování.*

Z obr. 16 je patrné, že výše daní a poplatků je při rozhodování o umístění důležitá pro zhruba polovinu dotázaných respondentů. Naopak zhruba čtvrtina považuje tento faktor za „spíše nedůležitý“ či „absolutně důležitý“ při rozhodování o umístění. Zbylí respondenti nepovažují vliv tohoto faktoru za ani negativní ani pozitivní při rozhodování.



Zdroj: vlastní zpracování

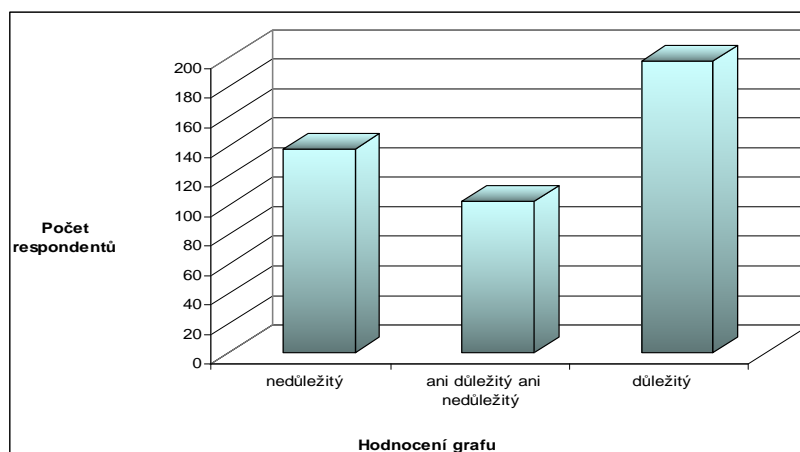
Obr. 16: Hodnocení faktoru výše daní a poplatků

Nejednoznačnost tohoto faktoru na rozhodování o umístění ekonomického subjektu je zřejmá například u podniků ostatních činností, kde byla nejčastěji uváděna odpověď, že faktor je při rozhodování „absolutně nedůležitý“ a průměrná známka byla 3,11. Rozdílnost odpovědí lze vyčíslit také ze směrodatné odchylky, která je zde přes 1,6. Průměrné hodnoty tohoto faktoru se od sebe v jednotlivých sekcích příliš neliší, přesto největší význam lze tomuto faktoru přisoudit v podnicích stavebnictví a ubytování a stravování. Byl tedy potvrzen vstupní předpoklad, že výše daní a poplatků bude hrát největší roli v sekci I – ubytování a stravování. Naopak nejméně byl tento faktor hodnocen v oblasti profesních činností, v organizacích vzdělávání, peněžnictví a pojišťovnictví. Dále lze na základě výsledků výzkumu považovat tento faktor za významnější v podnicích sekundárního sektoru, kde jej 55 % respondentů označilo za důležitý. V terciárním sektoru považuje výši daní a poplatků jako důležitou o 11 % dotázaných respondentů méně.

5.1.13 Disponibilita nebytovými a kancelářskými prostory

Kancelářské prostory jako takové zaznamenaly největší boom na konci dvacátého století, kdy došlo k restrukturalizaci hospodářství ve smyslu rozvoje terciárního a kvartérního sektoru. Tyto prostory lze z hlediska urbanistických a lokalizačních nároků rozdělit na:

- **Ředitelství a centrály velkých společností, peněžních ústavů a pojišťoven,** u kterých se předpokládá koncentrace do center větších měst a menší důraz na náklady koupě či pronájmu prostor. Důvodem může být potřeba osobního kontaktu mezi manažery a lepší dostupnost specializovaných služeb.
- **Rutinní administrativní a správní činnost,** kde je předpoklad, že s růstem cen pozemků se budou tyto podpůrné kancelářské činnosti velkým centrům a vysokým nákladům spíše vzdalovat a přemísťovat se do kancelářských center na okraji měst.
- **Pracoviště standardních administrativních nebo profesionálních služeb,** pro které je nejdůležitějším kritériem dostupnost a potřeba být zákazníkovi co nejvíce nablízku (Maier a Řezáč, 1994, s. 31).



Zdroj: vlastní zpracování

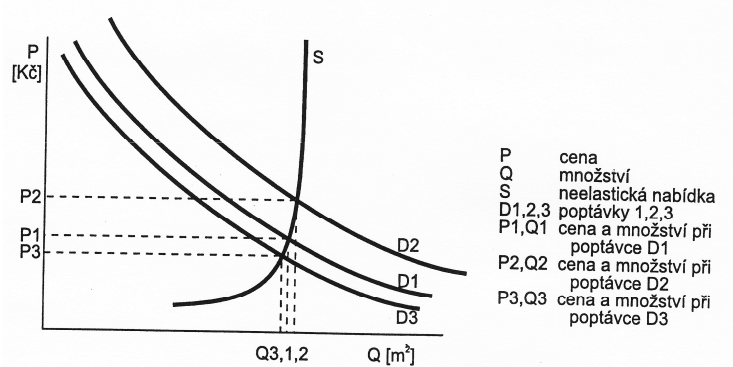
Obr. 17: Hodnocení faktoru disponibilita nebytovými a kancelářskými prostorami

Obecně lze konstatovat, že tento faktor byl téměř polovinou firem (45 %) hodnocen jako důležitý, třetinou jako nedůležitý a zbylými respondenty bez vlivu na rozhodování o lokalizaci (viz obr. 17). Je zde tedy zřejmá velká variabilita, která má za následek zkreslení průměrné hodnoty a větší vypovídající hodnotu zde proto má spíše modus. Z výsledků výzkumu vyplývá, že faktor disponibility kancelářskými a nebytovými prostory byl nejvíce významný v podnicích velkoobchodu a maloobchodu, kde byl dotazovanými respondenty hodnocen nejčastěji jako „spíše důležitý.“ Dále se z hlediska významnosti jeví faktor jako důležitý také v organizacích zabývajících se nemovitostmi a to jak ve stavebnictví, tak i u realitních kanceláří. Naopak nejmenší důležitost tohoto faktoru byla

zaznamenána v podnicích dopravy, u ostatních, profesních činností a u vzdělávání. Také u tohoto faktoru pak nastala zvláštní shoda mezi hodnocením v rámci podniků sekundárního a terciárního sektoru, když 45 % respondentů z obou sektorů hodnotilo faktor jako důležitý a téměř třetina v obou sektorech jako nedůležitý. Podle závěrů výstupní zprávy projektu Phare "Czech republic Strategic Services Sector Study" (Královehradecký kraj, 2009) lze nabídku kancelářských prostor považovat za zcela zásadní lokalizační stimul například pro strategické služby.²⁷

5.1.14 Ceny ploch a budov

U tohoto faktoru lze očekávat, že bude pro mnohé firmy v různých odvětvích velmi podstatný a pro mnohé dokonce rozhodující. Z toho důvodu je tomuto faktoru věnována větší pozornost. Nejdříve budou popsány samoregulační tržní mechanismy, které cenu pozemku stanovují. Z fixní povahy půdy totiž vyplývá malá elasticita nabídky pozemků. V krátkém období lze nabídku považovat dokonce za fixní, jelikož z logiky věci vyplývá, že v krátkém časovém úseku není trh schopen nabídnout větší množství pozemků i kdyby cena, kterou jsou poptávající ochotni zaplatit, byla jakákoliv (Maier a Čtyřoký, 2000, s. 17).



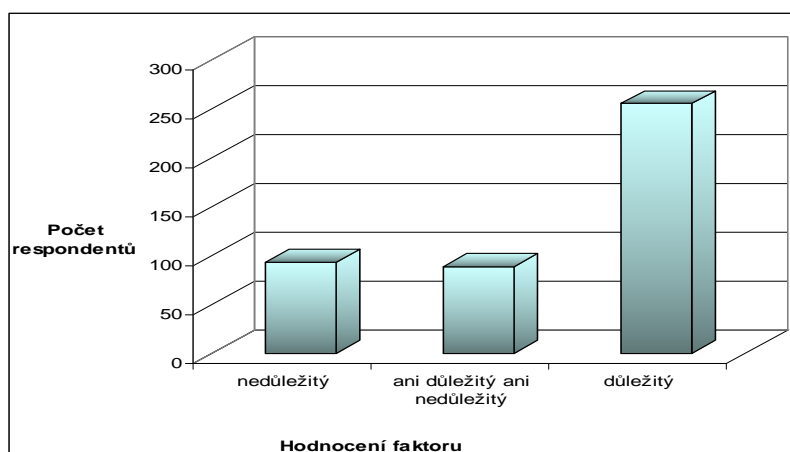
Zdroj: MAIER, K. a J. ČTYŘOKÝ. *Ekonomika územního rozvoje*, s. 18

Obr. 18: Neelastická nabídka

²⁷ Těmito kancelářskými prostory jsou myšleny prostory nově vybudované či zrekonstruované, vybavené nejvyšším standardem s kvalitními službami.

Teprve v delším období lze totiž investicemi do území množství pozemků zvýšit natolik, aby mohla nabídka na poptávku zareagovat, jelikož, jak lze vidět na obr. 18, i při poměrně velké změně ceny, za kterou jsou pozemky prodávány, dojde jen k malé změně v množství pozemků, které jsou nabízeny. Dále obecně platí, že čím je pozemek dostupnější, tím je poptávka po něm větší (Maier a Čtyřoký, 2000, s. 18). Poloha pozemku značně ovlivňuje poptávku také díky dopravním nákladům. U urbanizovaných zemí je dokonce poloha pozemku natolik významným faktorem jeho ceny, že fyzické vlastnosti území ustupují do pozadí. Mezi další kritéria ovlivňující cenu pozemku lze kromě polohy zařadit také jeho vybavenost dopravní infrastrukturou či možnosti dalšího zastavění. Budovy jsou jakýmsi charakteristickým prvkem měst a jejich prostorová lokalizace je nositelem dobré či špatné pověsti a vytváří image daného města. Na této vazbě lze ilustrovat vzájemnou propojenost jednotlivých zkoumaných faktorů.

Jak již bylo uvedeno, tento faktor patří do tvrdých lokalizačních faktorů, tzn., předpokládá se zde větší významnost u všech zkoumaných ekonomických odvětví. Jak lze vyčíst z obr. 19, tento faktor byl nejvíce hodnocen jako „spíše důležitý“ a „absolutně důležitý“, tzn., 59 % respondentů považuje cenu ploch a budov za důležitý, pouze 21 % dotázaných za nedůležitý faktor a 20 % jej hodnotí neutrálně.



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 19: Hodnocení faktoru ceny ploch a budov

Průměrné hodnocení tohoto faktoru je 3,5, což řadí daný faktor do významnějších

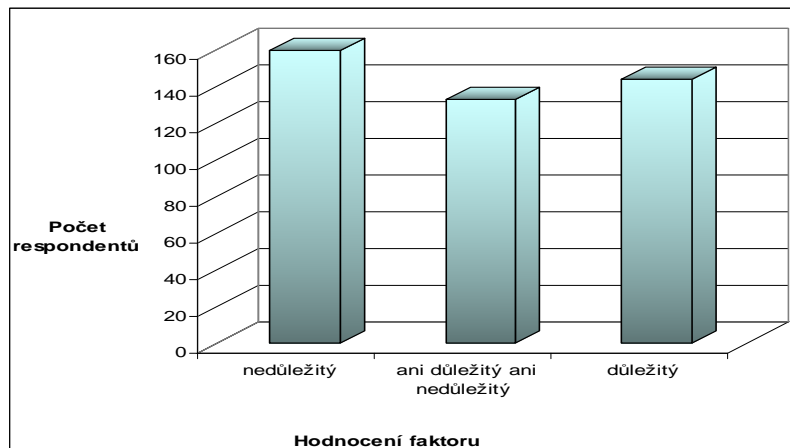
z hlediska rozhodování o lokalizaci firmy, přičemž nadprůměrné hodnoty byly u tohoto faktoru zaznamenány v podnicích zabývajících se nemovitostmi, tzn. u realitních kanceláří i ve stavebnictví. Dále je tento faktor důležitý pro velkoobchod a maloobchod, administrativní činnosti a informační a komunikační činnosti. Naopak silně pod průměrem byl tento faktor hodnocen v oblasti vzdělávání a dopravy. Velký význam z hlediska realitních kanceláří a stavebnictví byl z hlediska podnikatelské činnosti očekáván, stejně jako malý význam v oblasti dopravy. Ve většině odvětví však byl modus na hodnotě udávající, že faktor hraje při rozhodování o umístění firmy roli spíše důležitou až absolutně důležitou. Evidentní rozdíl mezi odpověďmi v jednotlivých sekcích je patrný také ze směrodatné odchylky. Hodnoty se od průměru liší minimálně o 1,1 a maximálně až o 1,5. Obecně lze cenu ploch a budov považovat za významný faktor pro rozhodování o lokalizaci u všech zkoumaných podniků. Podstatnější rozdíl mezi hodnocením tohoto faktoru nebyl zaznamenán ani z hlediska podniků průmyslu a služeb.

5.1.15 Ekologické požadavky, podmínky a standardy

Lokalizační faktor zkoumá míru vlivu ekologických požadavků na umístění jednotlivých ekonomických subjektů. Stav životního prostředí v předpokládané lokalitě a potenciální dopady podnikatelské činnosti je nutno brát v potaz již v tzv. předběžné technicko-ekonomické studii (Fotr a Souček, 2005, s. 18). Faktor lze zařadit do skupiny tvrdých faktorů a ochranu životního prostředí označit jako jednu z klíčových otázek současnosti. Lokalizačních faktorů souvisejících s životním prostředím je totiž v poslední době zkoumáno hned několik. V již zmíněném německém výzkumu ((Grabow a Hollbach-Gromig, 1995) byl například hodnocen faktor „kvality životního prostředí“, přičemž mu byl přiřkládán značný význam napříč všemi odvětvími. Lze však předpokládat, že výsledky byly zkreslené symbolickým významem a trendem současnosti, který čisté a kvalitní životní prostředí vyžaduje. Dále může být faktor zkreslen velikostí města, ze kterého respondent pochází. Proto byl v popisovaném výzkumu dán důraz na to, jak jsou pro dané firmy současné ekologické požadavky, podmínky a standardy důležité.

Jak již bylo uvedeno, čisté životní prostředí je všeobecně považováno za trend současnosti a, jak vyplývá ze zákona o životním prostředí, „každý je povinen, především opatřeními přímo u zdroje, předcházet znečišťování nebo poškozování životního prostředí a minimalizovat nepříznivé důsledky své činnosti na životní prostředí“ (Zákon o životním prostředí č. 17/1992 Sb.), z čehož lze předpokládat, že náklady na ochranu životního prostředí se liší dle vykonávaných ekonomických činností a náklady pro průmyslová odvětví jsou značně vyšší, než tomu je u služeb. Poplatky za znečišťování ovzduší jsou například ukládány podle zákona o ochraně ovzduší a subjekty jsou převážně provozovatelé velkých a středních zdrojů, přičemž správcem daně je v případě větších podniků krajský úřad, obecní úřad s rozšířenou působností či obecní úřad. V případě malého stacionárního zdroje pak výpočet poplatku provádí obecní úřad na základě provozovatelem poskytnutých informací. Ekologické poplatky lze charakterizovat jako dávky, které jsou ve formě poplatků vybírány od daňových poplatníků za účelem ochrany a zlepšení životního prostředí. Konkrétně se může jednat o poplatky za vypouštění odpadních vod do vod povrchových, poplatky za povolené vypouštění odpadních vod do vod podzemních či poplatky za vypouštění škodlivých látek do ovzduší. Při podrobnějším zkoumání českých právních předpisů lze pak nalézt i další kategorie poplatků, úhrad či odvodů s ekologickými aspekty, přičemž ne všechny byly primárně zaváděny za účelem ochrany životního prostředí, přesto na něj mají pozitivní vliv (Štrejtová, 2009, s. 16.). Díky těmto skutečnostem lze vyslovit předpoklad, že *faktor ekologické požadavky, podmínky a standardy bude obecně důležitější pro průmyslové podniky než pro subjekty služeb.*

Ekonomické požadavky, podmínky a standardy byly jako důležitý lokalizační faktor označeny 144 respondenty (viz obr. 20). Naopak neutrálně tento faktor hodnotilo 133 respondentů, kteří představují třetinu dotázaných. Zbýlých 160 respondentů uvedlo, že tento faktor neměl při rozhodování žádný vliv.



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 20: Hodnocení faktoru ekologické požadavky, podmínky a standardy

Dále lze konstatovat, že větší význam má daný faktor na rozhodování firem z průmyslových odvětví, jelikož ve zpracovatelském průmyslu, stavebnictví a především v případě sekce zásobování vodou byl faktor nejčastěji hodnocen jako důležitý. Celkově pak tento faktor hodnotilo jako důležitý 52 % průmyslových podniků a pouze 27 % podniků služeb. Naopak jako nedůležitý byl tento faktor hodnocen v průmyslu 22 % respondentů a u služeb 41 %. U služeb byla také ve více než polovině odvětví nejčastěji uváděna hodnota faktoru 3, tzn., že faktor nehrál při rozhodování ani pozitivní a ani negativní roli. V případě peněžnictví, pojišťovnictví a vzdělávání byl dokonce nejčastěji hodnocen jako „absolutně nedůležitý“. Lze tedy potvrdit předpoklad, že ekologické podmínky, požadavky a standardy ovlivňují spíše průmyslové podniky a především ty, které se zabývají zásobováním vodou.

5.2 OBCHODNÍ LOKALIZAČNÍ FAKTORY

Druhou zkoumanou skupinou byly obchodní lokalizační faktory, přičemž jak své studii uvádí Viturka (1998, s. 15), tuto skupinu faktorů lze považovat za nejdůležitější. Sám Viturka zkoumá faktor blízkosti trhu, blízkosti zákazníků, přítomnosti zahraničních firem a faktor podpůrných služeb, avšak z jiného pohledu, proto získaná data nejsou s tímto výzkumem porovnatelná. Z pohledu měkkých a tvrdých lokalizačních faktorů patří

obchodní faktory do klasických tvrdých. Větší význam těchto faktorů je předpokládán také díky dotazování pouze malých a středních podniků, u kterých lze předpokládat větší závislost na zákaznících a dodavatelích, způsobenou zejména jejich horší vyjednávací pozicí (Aidis a Sauka, 2005).

Velkou výhodou geografické blízkosti firem je především podpora rychlé výměny informací a nápadů, snadný pohyb produktů, vyšší úroveň propojení v rámci sítě obchodních a společenských kontaktů, která vede k vyšší vzájemné důvěře (Czech Invest, 2012). Ve většině případů totiž platí, že podniky potřebují pro svou činnost i řadu specializovaných služeb (opravárenský servis, finanční a informační poradenství), proto je zejména pro menší podniky výhodnější, pokud se soustředí do jednoho prostoru, zintenzivňují vzájemnou spolupráci a tím si vytvářejí lepší podmínky pro podnikání, vyšší efektivnost a nižší ceny (na tomto principu fungují již zmíněné klastry). Další nespornou výhodou této spolupráce a soustředění obdobných výroby do jednoho místa či spolupráce s konkurencí je možnost využít kvalifikované pracovní síly, větší šance získat za výhodnou cenu část vybavení či face-to-face komunikace. Mezi hlavní výhody osobních kontaktů lze zařadit například:

- získání informací před jejich oficiálním zveřejněním;
- vyjádření pocitů prostřednictvím intonace a mimiky;
- společné uvažování a diskuze o obchodních problémech (Fromhold-Eisebith, 1995, s. 40).

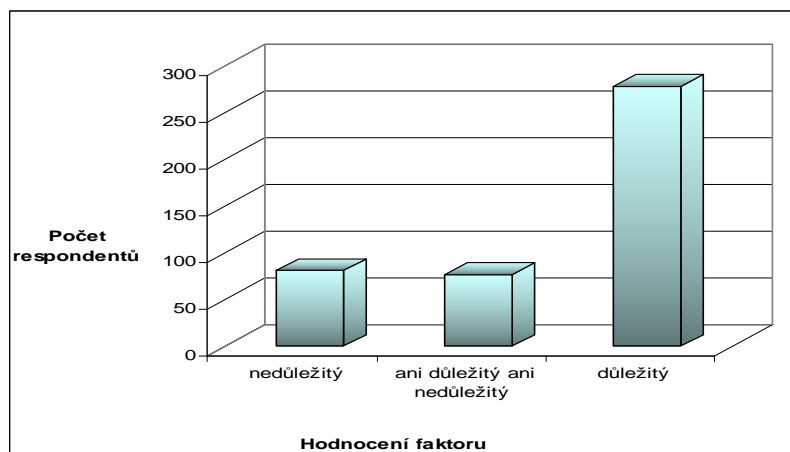
Jistou nevýhodou pak mohou být menší bariéry vstupu do odvětví, silnější konkurence a s tím spojené odlákání zákazníků stávajícím podnikům či odcizení know-how.

5.2.1 Geografická blízkost zákazníků

Geografická blízkost zákazníků je obecně pokládána za jeden z nejdůležitějších tvrdých lokalizačních faktorů u téměř všech odvětví ekonomických činností. V blízkosti zákazníků se firma lokalizuje, pakliže chce snížit dopravní náklady či poskytuje služby a prodává

výrobky nenáročné na zdroje surovin. Z vývoje lokalizačních teorií plyne, že problematika vzdálenosti odbytového trhu se ve výzkumu lokalizačního procesu objevuje od samého počátku. Již von Thünen ve své teorii lokalizace zemědělské produkce o této vzdálenosti ve zjednodušené formě uvažoval. Značný vliv tohoto faktoru na rozhodování ekonomických subjektů lze však zaznamenat až s odmítnutím podmínek dokonalé konkurence. Jako příklad lze uvést teorii Löscheho či Christallerovu teorii centrálních míst.

Pro porovnání výsledků výzkumu mohou sloužit výsledky publikované Damborským a Wokounem, ze kterých vyplývá, že geografickou blízkost odbytového trhu označilo jako významný lokalizační faktor celkem 41 % oslovených respondentů a jako málo významný či nevýznamný téměř 55 %. Zbytek tento faktor nevyplnil. Z citovaného dotazníkového šetření dále plyne, že je faktor významný zejména v terciárním sektoru, kde jej tak hodnotilo celkem 54 % respondentů. Z celkového pohledu nepovažují Damborský a Wokoun tento faktor za univerzální a klesající význam tohoto faktoru zdůvodňují stále více se globalizující ekonomikou (Damborský a Wokoun, 2010, s. 38).



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 21: Hodnocení faktoru geografická blízkost zákazníků

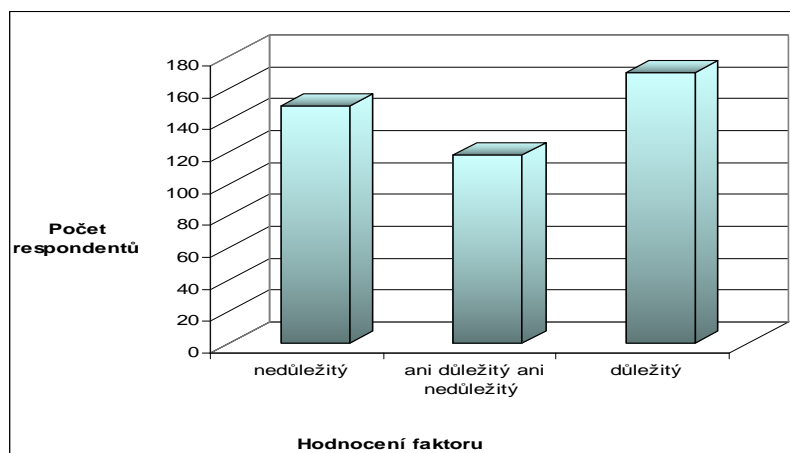
Z obr. 21 je patrné, že geografická blízkost zákazníků jako klasický tvrdý lokalizační faktor hraje při rozhodování o umístění společnosti stále podstatnou roli. Jako důležitý při lokalizaci byl tento faktor označen 63 % respondentů, 18 % neovlivnil ani v pozitivním ani v negativním smyslu a pouhou pětinou byl označen jako nedůležitý. Získané výsledky tedy

nelze označit za shodné s citovaným výzkumem Damborského a Wokouna, přičemž jedním z důvodů může být zaměření výzkumu pouze na MSP, u kterých lze předpokládat, že „podnikatelé v malých firmách jsou zpravidla v úzkém kontaktu se svými zákazníky“ (Staňková, 2007, s. 35) a geografická blízkost zákazníka pro ně bude hrát podstatnější roli. Velký význam tohoto faktoru je evidentní také z průměrné a modální hodnoty, kde v deseti odvětvích byla blízkost zákazníků nejčastěji uváděna jako „absolutně důležitý“ faktor pro rozhodování o lokalizaci. V průměru nejlépe byl daný faktor hodnocen podniky zabývajícími se činnostmi administrativními, v oblasti nemovitostí, ubytování a stravování a velkoobchodu a maloobchodu. Nejméně byl daný faktor hodnocen v podnicích odvětví dopravy a skladování, kde lze všeobecně předpokládat nižší význam faktorů geografické blízkosti. Z hlediska podniků terciárního a sekundárního sektoru nebyly zaznamenány výrazné rozdíly v hodnocení tohoto lokalizačního faktoru. Shodně v obou sektorech tento faktor hodnotilo 19 % respondentů jako nedůležitý a 64 % v případě služeb, resp. 63 % v případě průmyslu jako důležitý.

5.2.2 Geografická blízkost konkurence

Geografická blízkost konkurence je dalším z tradičních tvrdých lokalizačních faktorů, kterému byla věnována pozornost již v nejstarších lokalizačních teoriích. Je uváděn v teorii průmyslové lokalizace Webera nebo u Hotellingova lokalizačního modelu. Je třeba si uvědomit, že blízkost konkurence s sebou přináší kromě řady nevýhod také určité přínosy, které mohou plynout například ze sledování konkurence či z jejího napodobování. Lze však předpokládat, že někteří respondenti vidí pouze negativní stránku tohoto faktoru, který v podmínkách zostřující se konkurence a sílící globalizace znamená, že duševní vlastnictví firmy se stává klíčové pro úspěch či neúspěch podnikání. V současnosti totiž lze jakoukoliv myšlenku, ať se jedná o technický objev nebo pouze o nový vzhled výrobku relativně snadno odcizit či napodobit (Enterprise Europe Network, 2009), z čehož lze usuzovat, že blízkost konkurence nebude většinou firem považována za pozitivní jev.

Také zde lze dosažené výsledky porovnat s výzkumem Damborského a Wokouna, ve kterém tento faktor označilo pouze 19 % respondentů za významný. Největší hodnota byla tomuto faktoru opět přisuzována podniky v terciárním sektoru, přičemž klesající tendenci lze zaznamenat s velikostí firem, kdy tento faktor ohodnotilo jako významný 26 % drobných, téměř 20 % malých a 11 % firem středních.



Zdroj: vlastní zpracování

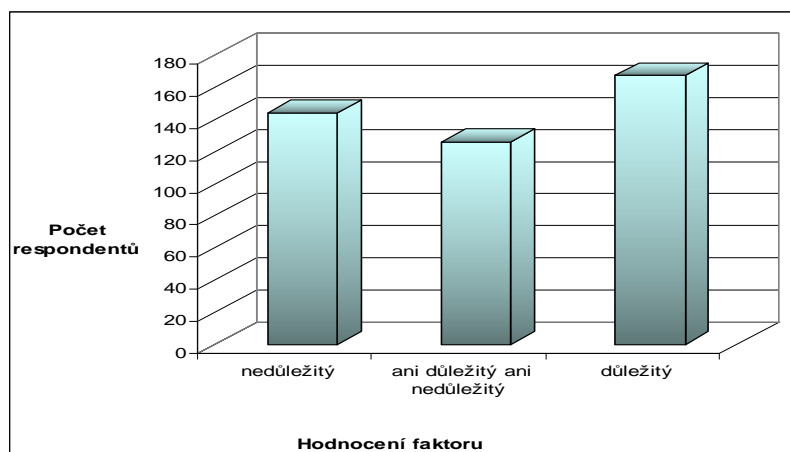
Obr. 22: Hodnocení faktoru geografická blízkost konkurence

Z výsledků šetření vyplývá, že faktor nelze považovat za příliš důležitý při rozhodování o umístění společnosti ve všech odvětvích. Jak lze vyčíst z obr. 22, zhruba třetina respondentů jej označila za nedůležitý faktor a 39 % jako důležitý. Variabilita odpovědí je patrná rovněž ze statistických údajů v Příloze B. Průměrné hodnoty se totiž pohybují od 2,34 u profesních činností do 3,51 u administrativních činností, přičemž zkreslení průměrů je viditelné z vysokých směrodatných odchylek i z nejednoznačných nejčtenějších odpovědí. Z výzkumu dále vyplynulo, že na rozdíl od Damborského a Wokouna, je faktor geografické blízkosti konkurence zhruba shodně důležitý pro podniky v průmyslových odvětvích i ve službách. V obou sektorech tento faktor považovalo za důležitý shodně 39 % respondentů.

5.2.3 Geografická blízkost dodavatelů

Geografická blízkost dodavatelů je další ze skupiny tvrdých lokalizačních faktorů, které se zabývají dodavatelsko-odběratelskými vztahy. Trendem současnosti je lokalizace převážně menších dodavatelů poblíž největšího odběratele, viz například Škoda Auto. Na základě rešerše literatury a na základě výzkumu Damborského a Wokouna se předpokládá verifikace hypotézy, že *lokalizační faktor geografická blízkost dodavatelů bude závislý na velikosti firmy ve smyslu čím větší firma, tím větší potřeba být blízko dodavatelům* (tuto hypotézu bylo na 5% hladině významnosti možno potvrdit, viz kap. 6.4).

Také tento faktor byl zkoumán Damborským a Wokounem, přičemž jako významný byl označen pouze u cca 24 % respondentů. Menší význam byl zaznamenán v primárním sektoru, což by se dalo zdůvodnit nižším významem vazeb v tomto sektoru na dodavatele. Výrazně vyšší význam byl pak identifikován u středních firem, což Damborský a Wokoun vysvětlují rostoucím podílem subdodávek v závislosti na rostoucí velikosti firmy (Damborský a Wokoun, 2010, s. 38).



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 23: Hodnocení faktoru geografická blízkost dodavatelů

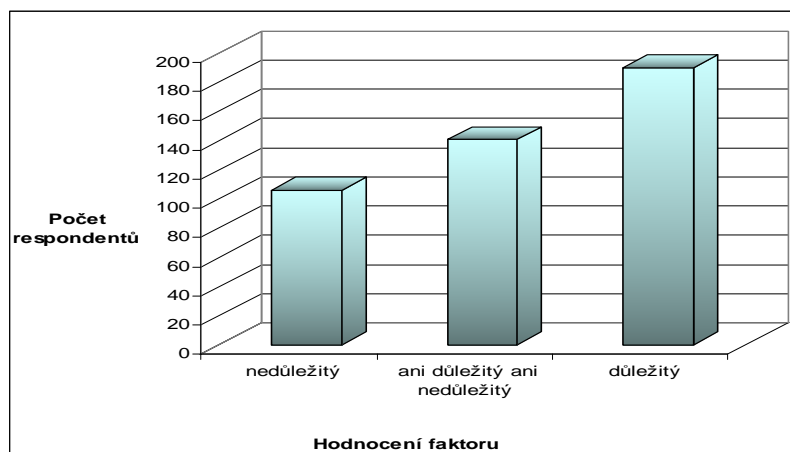
Jak je vidět na obr. 23, geografická blízkost dodavatelů byla 144 respondenty charakterizována jako nedůležitý faktor při rozhodování o umístění, což představuje zhruba jednu třetinu všech dotázaných. Zhruba stejný počet respondentů považoval tento faktor za

indiferentní při rozhodování a 38 % respondentů tento faktor při rozhodování ovlivnil, což je o 15 procentních bodů více než v případě výzkumu Damborského a Wokouna. Nejvíce je tento faktor v rámci výzkumu disertační práce hodnocen podniky v oblasti zásobování vodou, dále u stavebnictví a zpracovatelského průmyslu. Naopak nejmenší význam byl zaznamenán u profesních činností, kde se ovšem z podstaty této činnosti příliš úzká vazba na dodavatele nepředpokládá. Z výzkumu dále vyplývá, že větší význam je faktoru věnován v případě průmyslových podniků, což lze vysvětlit častějšími subdodavatelskými vztahy a těsnějšími vazbami mezi dodavateli a odběrateli. Celkem 55 % respondentů z oblasti průmyslu a naproti tomu jen 33 % respondentů z oblasti služeb považuje blízkost dodavatelů za významnou pro umístění podniku.

5.2.4 Dostupnost doplňkových služeb

Dostupnost doplňkových služeb lze zařadit mezi tvrdé lokalizační faktory, přesto nelze předpokládat její stejně velký význam ve všech zkoumaných odvětvích. Doplňkové služby jednotlivých odvětví se totiž výrazně liší. Jako příklad lze uvést především poradenské, advokátní, marketingové či finanční služby, které jsou pro některá odvětví nepostradatelná a pro některá téměř zbytečná. Umístění firmy v blízkosti těchto služeb může pro velké množství firem znamenat úsporu v nákladech, přesto byl tento faktor zařazen do skupiny obchodních faktorů, stejně jako v případě Víturky (1998, s. 36), který ho nazývá jako „faktor podpůrných služeb“ a spatřuje jeho hlavní přínos v možných vnějších i vnitřních interakcích, které produkují řadu krátkodobých i dlouhodobých synergických efektů vyplývajících z propojování jednotlivých odvětví. Damborský s Wokounem ho ve svém výzkumu nazývají „dostupnost komplementárních služeb“ a za významný ho v jejich studii označilo 41 % dotázaných respondentů, přičemž necelých 10 % si uvědomuje důležitost faktoru pro život zaměstnanců. Významné rozdíly mezi velikostními skupinami nelze identifikovat. Naopak v případě sektorové struktury byly rozdíly velmi významné. Nejlépe byl v citovaném výzkumu faktor hodnocen v podnicích terciárního sektoru, kde byl důležitý pro 54 % firem. Naopak v primárním sektoru jej za důležitý označilo pouze 23 % podniků. Na základě těchto skutečností lze vyslovit předpoklad, že *lokalizační faktor*

dostupnost doplňkových služeb bude mít větší význam pro ekonomické subjekty poskytující služby než pro průmyslové podniky.



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 24: Hodnocení faktoru dostupnost doplňkových služeb

Jak je vidět na obr. 24, lokalizační faktor má na rozhodování o umístění společnosti především pozitivní vliv. Konkrétně 44 % (pro srovnání ve výzkumu Damborského a Wokouna jej za významný označilo 41 %) respondentů označilo tento faktor za důležitý při rozhodování, 24 % za nedůležitý a zbylých 32 % hodnotí dostupnost doplňkových služeb bez vlivu na rozhodování. V pěti odvětvích pak byla nejčastěji uváděna odpověď, že faktor je pro dané odvětví „spíše důležitý“. Malá variabilita v odpovědích je evidentní také z nízkých směrodatných odchylek.

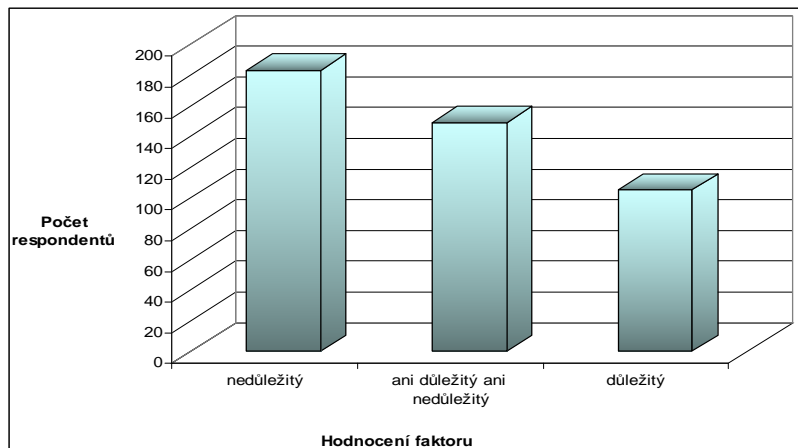
Největší průměrný význam byl tomuto faktoru přisouzen podniky ve stavebnictví a administrativních službách. Nejméně jsou doplňkové služby významné pro oblast vzdělávání. O něco větší význam daného faktoru byl zaznamenán u průmyslových podniků, kde ho za důležitý označilo 49 % respondentů. V podnicích služeb byl faktor důležitý pro 42 % dotázaných. Nepotvrdily se tedy stejné výsledky jako v případě výzkumu Damborského a Wokouna a ani předpoklad, že *lokalizační faktor dostupnost doplňkových služeb bude mít větší význam pro ekonomické subjekty poskytující služby než pro průmyslové podniky.*

5.2.5 Možnost spolupráce s konkurencí

Tento faktor lze zařadit na hraně mezi tvrdými a měkkými lokalizačními faktory. Nejedná se o klasický a dlouhodobě vnímaný lokalizační faktor, na druhou stranu díky globalizující se společnosti roste význam tohoto faktoru. Mnoho ekonomických subjektů si uvědomuje, že konkurence nemusí vždy znamenat pouze hrozbu a že se vyplatí s ní spolupracovat. S tím souvisí také „open business model“, což je nová struktura podnikání získávající informace z vnějších zdrojů, sdílející zdroje s konkurencí a otevřená novým nápadům z jakéhokoliv zdroje. Tento model dále poskytuje ideální příležitost pro propojení v oblastech zaměstnání, rozšířeného výzkumu a dalších oblastech, které přinášejí výhody oběma stranám.²⁸

K porovnání výsledků výzkumu lze opět použít výsledky studie Damborského a Wokouna, kteří zkoumali možnou spolupráci konkurenčních firem a možnosti získání informací od konkurence. Celkově v citované studii tento faktor za významný určilo pouze 12 % dotázaných respondentů a z toho pouze necelých 5 % s ohledem na možnou spolupráci s konkurencí. Dle jejich závěrů význam faktoru mírně klesá s rostoucí velikostí firem (Damborský a Wokoun, 2010, s. 39). Další obdobný výzkum uskutečnilo Centrum pro rozvoj ekonomického vzdělání, které si za cíl vytyčilo rozpoznat chování a očekávání českých firem směrem ke spolupráci či konkurenci s vybranými subjekty, přičemž 30 % oslovených respondentů uvedlo, že zásadně neobchoduje se svými konkurenty, jelikož nechtějí riskovat vztahy spolupráce s konkurencí. Z průzkumu dále vyplynulo, že výrazně běžnější je spolupráce s konkurencí ve formě dodavatelských vztahů, pokud však podíl dodavatelů-konkurentů nepřevyší malé procento podílu všech dodavatelů. Do vyššího rizika spolupráce s konkurencí je pak ochotno jít pouze 15 % respondentů, přičemž nad 50% podíl dodavatelů-konkurentů nebyla ochotna jít žádná oslovená firma (Švarcová, 2004).

²⁸ Jako příklad takového spolupráce lze zmínit tři výrobce kol, kteří se rozhodli sdílet náklady na vývoj nového kola a spojili se do jednoho projektu Shimano's Coasting Project (Velká epocha, 2011).



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 25: Hodnocení faktoru možnost spolupráce s konkurencí

Jak lze vidět na obr. 25, tak stejně jako u studie Damborského a Wokouna, ani tento výzkum neprokázal větší význam faktoru, když 42 % dotázaných respondentů jej označilo za nedůležitý při rozhodování o umístění společnosti, 34 % označilo tento faktor za indiferentní a pouze 24 % respondentů mu přisoudilo určitý význam. Nejmenší obava ze spolupráce s konkurencí a největší význam byl zaznamenán v podnicích zabývajících se zásobováním vodou, nejmenší význam naopak u podniků profesních činností, v sekci peněžnictví a pojišťovnictví a u informačních a komunikačních činností, kde se také předpokládá větší konkurenční boj, nejlepší podmínky pro napodobení konkurence a s tím spojený malý význam spolupráce s konkurencí především v oblasti služeb. Z výzkumu proto vyplývá, že jako významně důležitější je spolupráce s konkurencí hodnocena podniky v sekundárním sektoru, kde jej za důležitý ohodnotilo 46 % a jako nedůležitý 32 % respondentů, na rozdíl od podniků služeb, kde byl jako důležitý hodnocen pouhou pětinou respondentů a za nedůležitý více než polovinou. Podařilo se tedy prokázat, že větší vliv spolupráce s konkurencí se vyskytuje u podniků sekundárním sektoru.

5.2.6 Blízkost jiných závodů stejného podniku

Blízkost jiných závodů stejného podniku patří do skupiny tvrdých lokalizačních faktorů. Jelikož lze předpokládat, že více závodů mají spíše průmyslové a větší podniky, byl

vysloven předpoklad, že *blízkost jiného závodu stejného podniku bude důležitější spíše pro větší a průmyslové podniky*. Vzájemnou spoluprací mezi jednotlivými závody mohou vzniknout tzv. aglomerační úspory.²⁹ Aglomeračních úspor firma dosahuje díky blízkosti jiných subjektů a mezi její hlavní typy řadil Alfred Marshall:

- **sdílení pracovního trhu** a z toho plynoucí výhoda pro zaměstnavatele i pro zaměstnance;
- **snadnější šíření technologií**;
- **společné využívání specializované infrastruktury**.

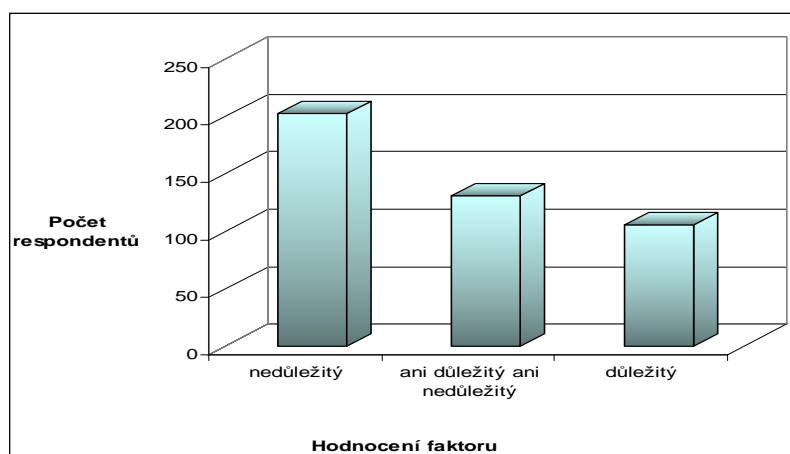
Z faktu, že firmy chtějí využít vnitřních a aglomeračních úspor vychází **také teorie kumulativních změn**. V této teorii se předpokládá, že se firmy lokalizují blízko sebe, čímž dochází k prostorové koncentraci ekonomických subjektů do tzv. **jádrových regionů**. Úkolem teorie je rozpoznat, zda a jak dochází k šíření ekonomického rozvoje z těchto jádrových regionů do regionů okrajových. Z tohoto pohledu lze rozlišit negativní vlivy, které v krátkém období převládají a jakými jsou například migrace pracovních sil a vysávání úspor z regionů zaostalých do jádrových a tím v podstatě úvěrování jádrových regionů, což vede k snížení schopnosti okrajových regionů dosáhnout ekonomického rozvoje. Mezi pozitivní vliv jádrových regionů, které působí z dlouhodobého hlediska, lze označit rostoucí poptávku po surovinách a produktech z ostatních regionů a v případě vysoké prostorové koncentrace v jádrovém regionu budou firmy nejspíše investovat také do periferních regionů (Viturka, 1998, s. 95). S tím souvisí **koncentrační faktory** ovlivňující chování firem. Fujita uvádí tři typy koncentračních faktorů:

- dodavatelsko-odběratelské vazby;
- silný trh;
- difuze znalostí.

Mezi dekoncentrační faktory lze pak zařadit imobilitu faktorů a koncentrační náklady (Wokoun a kol., 2009).

²⁹ Těmito úsporami rozuměl Alfred Weber zvláštní vnější příklad úspor, jež firma realizuje existencí jiných subjektů nebo veřejnou dostupností některých zdrojů.

Jelikož pro značnou část odvětví není typické zakládání pobočných závodů, lze předpokládat, že tento faktor bude většinou respondentů hodnocen spíše jako nedůležitý či neutrální z hlediska lokalizačního rozhodnutí. Jak je vidět na obr. 26, tak tento předpoklad se potvrdil, když pouhá čtvrtina respondentů označila faktor za důležitý pro lokalizaci. Naopak v rámci devíti sekcí bylo nejčastěji uváděno, že daný faktor je „absolutně nedůležitý“ a u zbylých čtyř sekcí byl hodnocen nejčastěji jako „ani nedůležitý, ani důležitý“.



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 26: Hodnocení faktoru blízkost jiného závodu stejného podniku

Také z hlediska průměrných hodnot nelze tomuto faktoru přisuzovat přílišný význam, jelikož pouze v pěti případech byla zaznamenána průměrná hodnota vyšší než tři. Konkrétně se jedná o sekce stavebnictví, ubytování, administrativní činnosti, dopravu a zásobování vodou. O něco větší význam přisuzují tomuto faktoru průmyslové podniky, kde byl tento faktor hodnocen jako důležitý třetinou respondentů na rozdíl od podniků služeb, kde jej jako důležitý hodnotila pouhá pětina.

5.3 PRACOVNÍ FAKTORY

Pracovní faktory jsou obecně jednou z nejpodstatnějších skupin lokalizačních faktorů. Faktor celkové pracovní nabídky, který lze vyjádřit jako počet ekonomicky aktivních obyvatel žijící v dané oblasti, totiž patří k faktorům výrazně ovlivňujícím kvalitu

podnikatelského prostředí v daném regionu. Do této skupiny lze zařadit téměř vše, co se týká lidského kapitálu.³⁰ Kromě počtu obyvatel je důležitý také stupeň dosaženého vzdělání, který představuje významný potenciál pro rozvoj těchto oblastí (Hasprová a kol., 2009, s. 24). Dle Ponikelského a kol. (2008, s. 45) ovlivňují lidský potenciál, neboli demografické a sociální charakteristiky obyvatelstva, ve velké míře následující faktory:

- **Stárnutí populace**, přičemž lze předpokládat, že věková struktura regionu se v budoucnu stane důležitým lokalizačním faktorem.
- **Migrace**, jejíž negativní důsledek je patrný, pokud z méně rozvinutého regionu putují lidé za prací do regionu vyspělejšího, čímž se problémy v zaostalejším regionu ještě více prohlubují. Tato záporná bilance se týká především venkovských regionů, které se pro lokalizaci firem stávají méně vhodnými, jelikož zaměstnání produktivních a vzdělaných lidí, by sebou přinášelo dodatečné náklady na přestěhování a dojíždění.
- **Vzdělanostní struktura**, přičemž nejvyšší míra vzdělanosti se předpokládá kolem velkých měst (Svobodová, 2007).

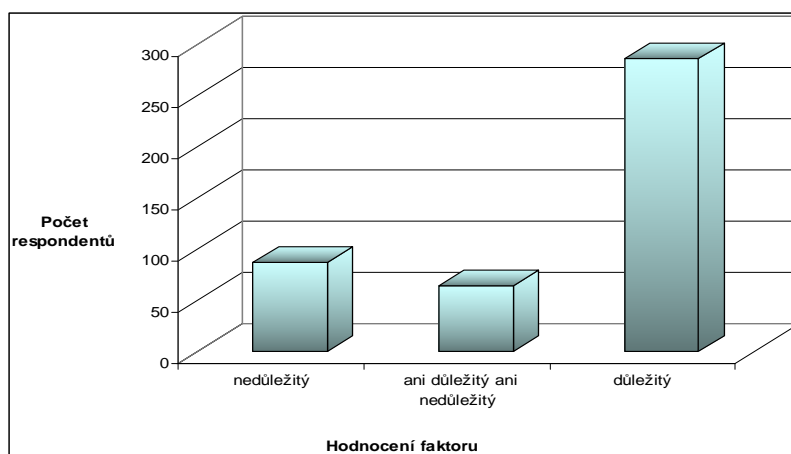
Lze také předpokládat, že kvalifikovanější lidské zdroje jsou vysoce mobilní a vybírají si své pracovní místo nejen na základě kvality a ocenění potenciální pracovní pozice, ale také na základě kvality bydlení a volnočasových aktivit (Rumpel a kol., 2008, s. 60). Jak uvádí ve své knize Florida (2002, s. 7) lidé se nekoncentrují tam, kde předpokládají volná pracovní místa, ale tam, kde chtějí žít, což může mít na danou oblast negativní dopad ve smyslu zvýšení ceny nemovitostí. I k tomu by mohl dopomoci výzkum především měkkých lokalizačních faktorů dle jednotlivých odvětví ekonomických činností. K tomu, aby se danému území podařilo přitáhnout kvalifikovanou pracovní sílu, musí na jedné straně znát potřeby daných lidí a na druhé straně se zaměřit na firmy, které kvalifikované zdroje potřebují. Vzhledem k povaze zkoumaných faktorů lze formulovat předpoklad, že *pracovní faktory hrají významnější roli v oblasti služeb*.

³⁰ Lidský kapitál lze definovat jako schopnosti pracovních sil, které přispívají ke zvýšení výkonnosti určité organizace, což může být firma nebo výzkumná instituce.

5.3.1 Mentalita zaměstnanců

Lokalizační faktor zkoumající význam mentality zaměstnanců na rozhodování firem o lokalizaci je z pracovních faktorů jediný, který spadá do skupiny měkkých lokalizačních faktorů, a který je tedy obtížně měřitelný a pouze subjektivní povahy. Lze předpokládat, že mentalita zaměstnanců jako důležitý faktor při umístění firmy bude hrát významnější roli tam, kde je potřeba kvalifikovanějších lidských zdrojů. Pomocí shlukové analýzy bude dále zkoumáno, zda spolu hodnocení mentality zaměstnanců a dostupnosti kvalifikovaných lidských zdrojů souvisí. Lze usuzovat, že mentalitu zaměstnanců budou jako méně významný faktor považovat spíše průmyslová odvětví a že v těchto odvětvích budou také menší nároky na kvalifikovanou pracovní sílu. Z těchto informací vychází předpoklad, že *lokalizační faktor mentalita zaměstnanců nebude hrát tak významnou roli při lokalizaci průmyslových podniků jako při lokalizaci podniků služeb.*

Z výsledků výzkumu vyplynulo, že lokalizační faktor mentalitu zaměstnanců lze považovat za velmi významný při rozhodování o umístění společnosti. Jak je patrné z obr. 27, téměř 65 % respondentů označilo tento faktor za důležitý při rozhodování o lokalizaci, 20 % za nedůležitý a zbylých 15 % tento faktor nehodnotilo ani v pozitivním ani v negativním smyslu.



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 27: Hodnocení faktoru mentalita zaměstnanců

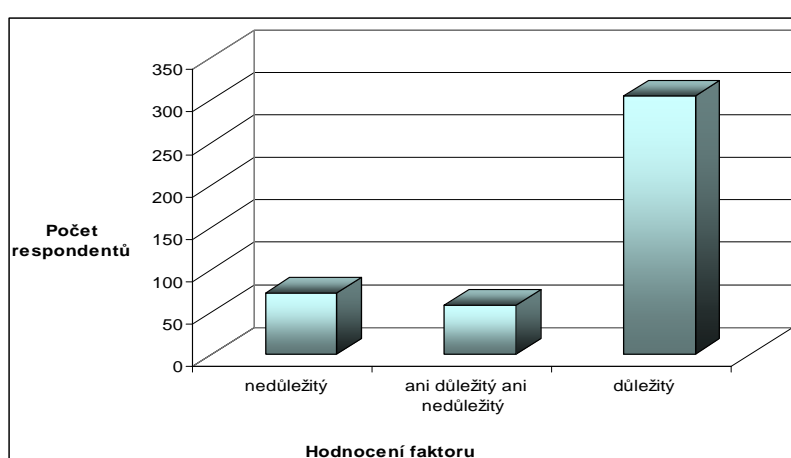
Nejčastěji uváděnou odpovědí bylo v případě tohoto faktoru, že je při rozhodování spíše a „absolutně důležitý“ a průměrné hodnoty se pohybují kolem 4, tzn. „spíše důležitý“. Největší důraz na mentalitu zaměstnanců byl zaznamenán v podnicích ubytování a stravování, dále u informačních a komunikačních činností a u stavebnictví. Naopak nejméně daný faktor překvapivě ovlivňuje organizace zabývající se vzděláváním a profesními činnostmi.

Téměř stejné hodnocení bylo zjištěno z pohledu průmyslových podniků a ekonomických subjektů poskytujících služby, když 63 % respondentů z terciárního a 62 % respondentů ze sekundárního sektoru hodnotilo tento faktor jako důležitý. Předpoklad, že mentalita zaměstnanců je významnější v oblasti služeb, se tak potvrdit nepodařilo.

5.3.2 Dostupnost kvalifikovaných lidských zdrojů

Dostupnost kvalifikovaných lidských zdrojů spadá do skupiny tvrdých a tedy klasických lokalizačních faktorů. Z hlediska velkých zahraničních investorů lze zaznamenat názory na absenci kvalitních lidských zdrojů v místě průmyslových zón a na nutnost získávat kvalifikované zdroje za cenu zvýšených nákladů z okolních regionů. Kvalifikaci pracovních sil jako důležitý faktor při rozhodování o lokalizaci závodu uvádí ve své knize i Ivanička (1971, s. 76), který přisuzuje růst významnosti tohoto faktoru především zvýšení mechanizace a automatizace, které znamenají relativní pokles tradičních manuálních zručností. Wokoun a Červený (2008, s. 55), ve své knize naproti tomu indikují úroveň kvalifikace pracovních sil pomocí podílu populace s terciárním vzděláním. Tento faktor je často zkoumán pouze na obecné bázi, tzn., jako faktor všeobecné dostupnosti pracovních sil. Vzhledem k tomu, že lze předpokládat, že pro firmy není důležitá pouze samotná obecná dostupnost pracovních sil, je zde faktor zkoumán z hlediska dostupnosti kvalifikovaných lidských zdrojů. Obecně se předpokládá, že kvalifikované pracovní síly jdou do regionů, které jsou lépe vybaveny měkkými lokalizačními faktory. Obecně je známo, že pracovníci s vyšším vzděláním a vyšší kvalifikací nemají takový problém

přestěhovat se za prací jako pracovníci se vzděláním nižším. Firma, která chce vysoce vzdělané pracovníky získat, musí proto počítat s dalšími faktory jako je zázemí města, tzn. vybavenost dopravní, zdravotnickou, školskou sítí, ale také možnostmi kultury či upravené životní prostředí. U lokalizačního faktoru dostupnosti kvalifikovaných lidských zdrojů je třeba si uvědomit také problémy, mezi které patří například fluktuace pracovníků, jejich nedostatek (Kubálková, 2006) či vedlejší vlivy jako jsou životní podmínky, jelikož tito pracovníci chtějí pracovat a žít se svými rodinami (Štěpánek, 2003, s. 21).



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 28: Hodnocení faktoru dostupnost kvalifikovaných lidských zdrojů

Z obr. 28 je zřejmé, že kvalifikované lidské zdroje hrají při rozhodování o umístění společností významnou roli. Za nedůležitý tento faktor označilo pouhých 17 % respondentů, za faktor bez pozitivního či negativního vlivu na rozhodování 13 % dotázaných a u zbylých 70 % hrál tento faktor důležitou roli. U všech zkoumaných odvětví byla nejčastěji uváděna odpověď „spíše důležitý“ až „absolutně důležitý“ faktor, přičemž největší význam byl zaznamenán u podniků informačních a komunikačních činností, kde byla průměrná známka 4,24. Dále hraje tento faktor důležitou roli také v podnicích stavebnictví, ubytování a stravování a v sekci velkoobchodu a maloobchodu. Naopak jako nejméně důležitý byl faktor hodnocen v oblasti vzdělávání a u profesních činností, kde je však velká směrodatná odchylka a lze zde proto předpokládat nízkou vypovídací schopnost průměrné hodnoty. Vzhledem k těmto skutečnostem lze konstatovat, že daný faktor lze považovat za spíše důležitý u všech zkoumaných ekonomických odvětví. Pokud by

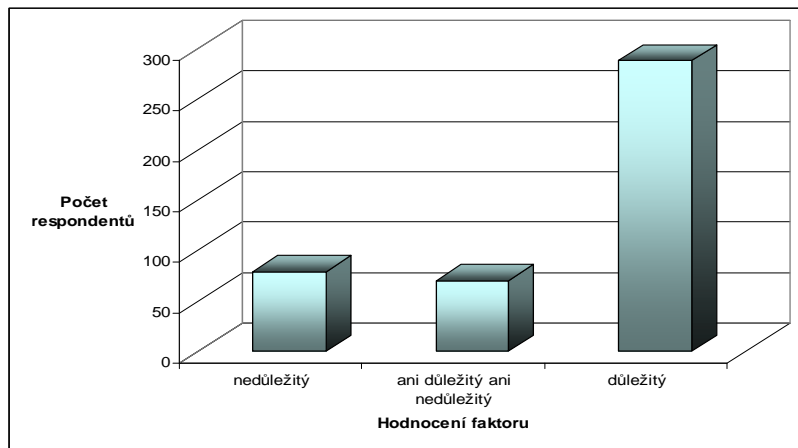
dostupnost kvalifikované pracovní síly byla porovnávána z hlediska podniků terciárního a sekundárního sektoru, lze konstatovat, že z oblasti služeb považuje tento faktor za důležitý 69 % podniků a v průmyslových odvětvích dokonce 75 % podniků.

5.3.3 Cena práce (úroveň mezd)

Cena práce je další ze skupiny tvrdých lokalizačních faktorů, který lze rovněž zařadit do nákladových faktorů. Lze předpokládat, že faktor bude významný pro firmy ze všech zkoumaných ekonomických činností. Cena práce je totiž stále jedním z hlavních kritérií při volbě zaměstnání. Z hlediska úrovně mezd pak lze rozlišovat tři druhy lokalizace, které mohou vést k nižším mzdám:

- **Velký populační přírůstek**, který vyvolá přebytek pracovních sil.
- **Nízké životní náklady**, které vedou pracovníky k přesvědčení, že práce i přes nízkou mzdu je pro ně na daném místě výhodná. Může jít například o zdravé životní prostředí.
- **Osobní vlastnosti pracovníka**, jestliže je jeho přínos pro firmu větší, než jak je ve skutečnosti ohodnocen (Ivanička, 1971, s. 75).

Cena práce je silně ovlivněna počtem pracovních příležitostí v dané oblasti a dále rozvinutostí a množstvím pracovních nabídek. Dalším faktorem, který má vliv na velikost mezd v území, je vzdálenost od centra. Pokud se firma rozhodne lokalizovat v krajském městě, musí ve většině případů počítat s vyššími pracovními náklady.



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 29: Hodnocení faktoru cena práce

Jak lze vyčíst z obr. 29, většina dotázaných respondentů označila cenu práce za důležitý faktor při rozhodování o umístění společnosti. Konkrétně 66 % respondentů uvedlo, že je v rámci jejich ekonomické činnosti cena práce důležitá při rozhodování. 16 % respondentů hodnotilo tento faktor neutrálně z hlediska rozhodování a zbylých 18 % jako nedůležitý. Velký význam je zřejmý také z modální charakteristiky. Ve všech zkoumaných odvětvích totiž převažovalo hodnocení 4 a 5. Největší význam z hlediska průměru byl zaznamenán v sekci administrativních činností, kde byla průměrná hodnota 4,3, a dále u podniků provozujících činnost ubytování a stravování, kde byl faktor průměrně ohodnocen 3,94. Jako nejméně důležitý z hlediska průměru byla cena práce hodnocena v sekci profesních činností, kde jsou však opět nízké průměrné hodnoty zkreslené velkou variabilitou odpovědí. Přes relativně nízké průměrné hodnoty a s ohledem na vysoké modální hodnoty lze tento faktor považovat za významný pro rozhodování ve všech analyzovaných odvětvích. Z hlediska podniků sekundárního a terciárního sektoru byl tento faktor označen jako důležitý u 64 % průmyslových podniků a u 72 % podniků služeb.

5.4 INFRASTRUKTURNÍ FAKTORY

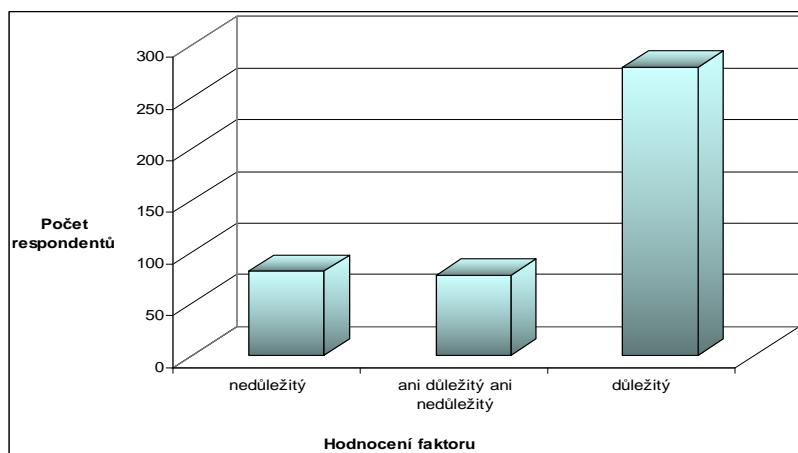
Mezi infrastrukturní faktory lze zařadit například kvalitu silničních, železničních a vodních komunikací, dále faktor blízkosti větších letišť, faktor vzdálenosti či náklady na dopravu,

kteřé byly do této skupiny zařazeny z důvodu lepší přehlednosti dotazníku, přestože by více odpovídaly nákladových faktorům. Samotný pojem „infrastruktura“ jako takový lze vyložit hned několika způsoby. Skokan (2004, s. 48) vysvětluje tento pojem jako *„životně dlouhodobé zařízení a vybavení materiálního (technického), institucionálního i personálního charakteru potřebné pro ekonomické fungování z hlediska prostoru a dělby práce.“* Infrastrukturu tedy nelze považovat za faktor důležitý pouze pro firmy, protože jak uvádí Maier a kol. (2010, s. 75) *„zlepšování dopravních infrastruktur, jehož důsledkem je vyšší komfort dopravy a možnost překonávat v témže čase větší vzdálenosti, je zajisté významné pro rozhodování domácností o místě bydliště, pro prostorové chování klientů při volbě „nadmístních“ zařízení občanského vybavení i pro rozhodování podnikatelů o umístování jejich podniků a provozoven.“* Mnoho autorů vnímá infrastrukturu také jako faktor stimulující přímé zahraniční investice. Existuje také předpoklad, že při umístění výrobního podniku se klade na dopravní infrastrukturu vyšší důraz než u umístění služeb. Již dle teorie A. Webera, který doporučoval v závislosti na velikosti dopravních nákladů umístit průmyslový podnik v místě zdroje surovin nebo v místě odbytového trhu, plyne, že ve všech ostatních místech bude muset subjekt počítat s dodatečnými náklady. Od dob Webera však došlo k velkému technologickému pokroku, takže dopravní náklady postupně snižují svůj vliv při rozhodování o lokalizaci (Malecki, 1996, s. 66). Přesto v případě dopravních nákladů možná více než kde jinde záleží na ekonomické činnosti a lze proto formulovat předpoklad, že *výše dopravních nákladů a stav dopravní infrastruktury budou podstatnějším faktorem pro průmyslové podniky než pro ekonomické subjekty zabývající se poskytováním služeb.*

5.4.1 Stav dopravní infrastruktury

Zde bylo respondenty hodnoceno především to, jak je daná oblast infrastrukturou vybavena³¹ a jak lze vidět na obr. 30, stav dopravní infrastruktury byl více než polovinou oslovených respondentů hodnocen jako důležitý při rozhodování o lokalizaci.

³¹ V případě tohoto faktoru lze hodnotit, jaké jsou v dané oblasti dopravní uzly, jaký je stav silnic, jak daleko je dané místo vzdáleno od dálnice nebo jak je dané místo obslouženo veřejnou dopravou.



Zdroj: vlastní zpracování

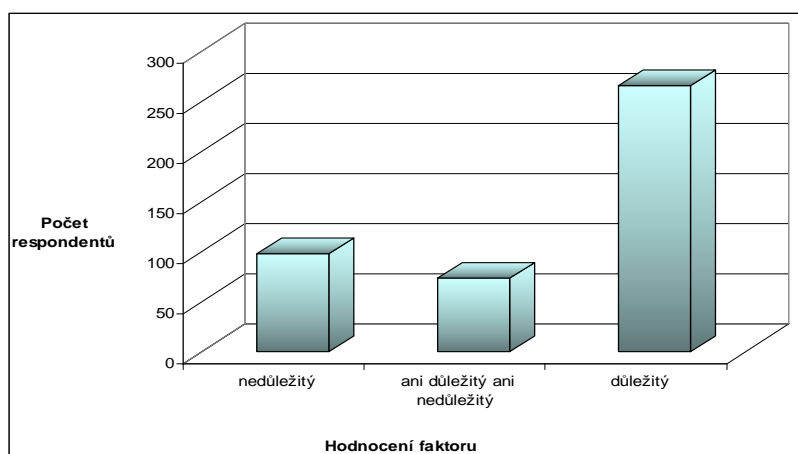
Obr. 30: Hodnocení faktoru stav dopravní infrastruktury

Nejčastěji byl tento faktor v jedenácti zkoumaných sekcích hodnocen respondenty jako „spíše důležitý“ a největší význam mu byl přisouzen v sekci zásobování vodou, u podniků v oblasti nemovitostí a dále stavebnictví, velkoobchodu a maloobchodu. Nejmenší průměrnou hodnotu získal faktor v oblasti vzdělávání, u profesních činností a v sekci peněžnictví a pojišťovnictví. V případě podniků zabývajících se službami lze obecně předpokládat, že stav dopravní infrastruktury nehraje při jejich lokalizaci tak významnou roli. Výsledky výzkumu tento předpoklad potvrdily, neboť větší vliv na rozhodování měl tento faktor v podnicích sekundárního sektoru, kde byl 73 % respondentů hodnocen jako důležitý, na rozdíl od podniků terciárního sektoru, kde byla důležitost tohoto faktoru vyjádřena pouze 63 % dotázaných.

5.4.2 Náklady na dopravu

Náklady na dopravu lze definovat jako peněžní vyjádření toho, co musí daný subjekt vydat, aby byla přeprava uskutečněna a, jak již bylo řečeno u jednotlivých lokalizačních teorií, dopravní náklady prošly velmi zajímavým historickým vývojem, proto bude tento vývoj nyní stručně shrnut. Dopravní náklady byly v mnoha významných teoriích (viz kap. 2.2.1) považovány za zásadní faktor vysvětlující rozdíly ve využití území a za nejdůležitější

lokalizační faktor. S vývojem dopravy a technologií a díky relativnímu zkracování vzdáleností jejich význam postupně klesal. Dodnes však existují odvětví, která jsou na dopravních nákladech velmi závislá, jelikož vzrostla délka, množství vykonávaných cest a ceny pohonných hmot. Mezi faktory ovlivňující výši dopravních nákladů lze v současnosti zařadit například vzdálenost, rozsah a způsob přepravy, vlastnosti přepravované komodity a kapacitu dopravní infrastruktury.



Zdroj: vlastní zpracování

Obr. 31: Hodnocení faktoru náklady na dopravu

Přestože význam nákladů na dopravu se v průběhu času snižuje, z obr. 31 je zřejmé, že pro většinu firem hraje tento faktor při rozhodování o lokalizaci stále podstatnou roli. Jak vyplynulo z výsledků výzkumu, náklady na dopravu zvažuje při svém umístění 55 % firem, pro 22 % firem je tento faktor nedůležitý a u zbylých 23 % nemá tento faktor ani pozitivní ani negativní vliv. Nejmenší význam tohoto faktoru byl zaznamenán v organizacích vzdělávání, dále u profesních, administrativních činností a v sekci peněžnictví a pojišťovnictví. Naopak nejvíce jsou náklady na dopravu zvažovány v průmyslových podnicích, tzn. ve stavebnictví, zpracovatelském průmyslu a zásobování vodou, ve kterých jej jako důležitý při rozhodování označilo 72 % firem. Větší význam v podnicích terciárního sektoru byl zaznamenán v sekcích zabývajících se ubytováním, stravováním, velkoobchodem a maloobchodem, kde jsou však s velkou pravděpodobností více zvažovány náklady, které do dopravy musí vložit zákazník. Lze tak učinit závěr, že náklady na dopravu hrají podstatnější roli v podnicích průmyslu.

6 ANALÝZA LOKALIZAČNÍCH FAKTORŮ MSP

Na hodnocení lokalizačních faktorů působí několik vnějších vlivů a cílem výzkumu bylo charakterizovat alespoň ty stěžejní. Hodnocení zkoumaných lokalizačních faktorů se liší nejen z hlediska ekonomických činností, ekonomických sektorů, ale také například dle velikosti podniku. Obecně lze z výsledků výzkumu učinit závěr, že jako důležité jsou zkoumané lokalizační faktory hodnoceny v podnicích stavebnictví, ubytování, stravování, velkoobchodu a maloobchodu. Naopak nejméně významné jsou dané faktory u profesních, vědeckých a technických činností, u vzdělávání a u sekce S „ostatní činnosti“, které však díky velké vnitřní diferenciaci nebyla věnována přílišná pozornost. Pokud jsou lokalizační faktory hodnoceny dle modu, pak jsou jednotlivé faktory vnímány jako „spíše důležité“ a „absolutně důležité“ nejčastěji u podniků zpracovatelského průmyslu, u stavebnictví, ubytování a u informačních a komunikačních činností. Naopak nejčastěji byly zkoumané faktory hodnoceny jako méně důležité, tedy s hodnocením „spíše nedůležitý“ a „absolutně nedůležitý“ u podniků dopravy, vzdělávání a zásobování vodou. U těchto odvětví nehrají zkoumané faktory při rozhodování o lokalizaci významnější roli a lze je tedy považovat za prostorově neutrální.

Lokalizační faktory byly dále zkoumány dle sektorů a klasifikace na tvrdé a měkké. Dále byla věnována pozornost závislosti hodnocení lokalizačních faktorů na vnějších okolnostech. Nejdříve byl vysloven předpoklad o závislosti mezi hodnocením lokalizačního faktoru a velikostí podniku, dále byla zkoumána závislost mezi hodnocením faktoru a vykonávanou hlavní ekonomickou činností a u vybraných faktorů také závislost hodnocení na atraktivitě regionu.

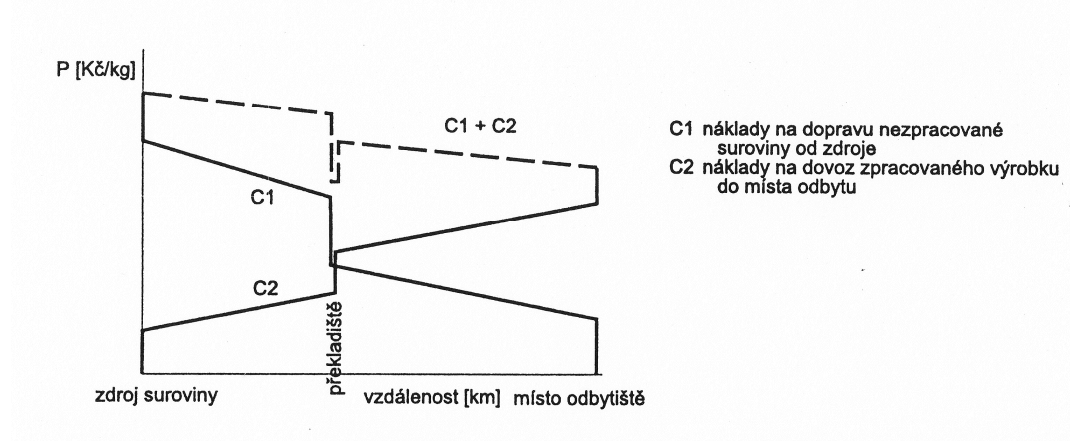
6.1 POPIS ZKOUMANÝCH ODVĚTVÍ VE VZTAHU K VÝZKUMU A VLIV VYBRANÝCH FAKTORŮ NA JEDNOTLIVÁ ODVĚTVÍ

U každého z třinácti zkoumaných ekonomických odvětví lze spatřit vliv jiných lokalizačních faktorů. Záměrem následující kapitoly je nejen shrnout vliv předem

vymezených lokalizačních faktorů, ale také popsat další faktory, které byly respondenty nejčastěji uváděny na poslední otevřenou otázku dotazníkového šetření.

6.1.1 Zpracovatelský průmysl

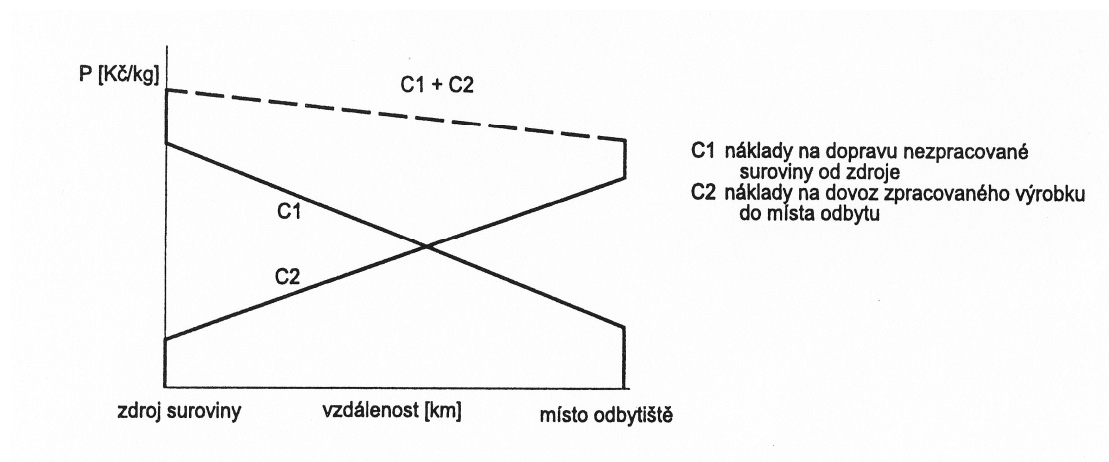
Jelikož zpracovatelský průmysl patří dle Ministerstva průmyslu a obchodu v České republice k rozhodujícím zdrojům tvorby hrubého domácího produktu (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2011) a jelikož toto odvětví zkoumané lokalizační faktory výrazněji ovlivňují, bude mu věnována větší teoretická pozornost. Dle již zmíněné Vyhledávací studie patří na základě dotazování několika vybraných firem mezi hlavní lokalizační faktory zpracovatelského průmyslu osobní kontakty, kreativita pracovní síly či nákladové faktory (Královehradecký kraj, 2009). Při umístění výroby lze také očekávat větší dopad na rozhodování především u dopravních nákladů a cenách pozemků (Maier a Čtyřoký, 2000, s. 27). Výrobní podnik proto musí často rozhodnout, zda dá při rozhodování přednost dopravním nákladům či nákladům na pořízení daného prostoru. Základní otázkou bude, zda je výhodnější umístit podnik v místě zdroje surovin, v místě odbytu či v blízkosti překladiště (například přístavu nebo nádraží). Případ optimální lokalizace zpracovatelského průmyslu při dopravě přes překladiště je přehledně znázorněn na obr. 32.



Zdroj: MAIER, K., ČTYŘOKÝ, J. *Ekonomika územního rozvoje*, s. 28

Obr. 32: Optimální poloha zpracovatelského závodu s využitím překladiště

Model optimální polohy zpracovatelského průmyslu bez využití překladiště je pak znázorněn na obr. 33. Hlavní roli v něm hrají opět náklady na dopravu, které postupem času mění i ekonomicky optimální rozložení výrob a jejichž výše byla nejvíce relevantní v dobách rozvoje průmyslu, což lze poznat i z rozmístění dnešního průmyslu.



Zdroj: MAIER, K., ČTYŘOKÝ, J. *Ekonomika územního rozvoje*, s. 28.

Obr. 33: Optimální poloha zpracovatelského závodu bez využití překladiště

V době průmyslové revoluce, kdy byly náklady na dopravu ještě poměrně vysoké, se proto strojírenská výroba soustřeďovala do okolí uhelných pánví a nalezišť rud, přístavních měst či do velkoměst s velkým trhem výrobků. Naopak v případě textilního průmyslu, kde jsou objemy a hmotnost vstupů menší, se nebral největší důraz na náklady dopravní, nýbrž na pracovní a na ceny pozemků. Textilní průmysl se tedy umisťoval především do menších měst či do venkovských oblastí. Když pak ve 20. století došlo k poklesu cen dopravy, zejména ve srovnání s cenou pracovní síly, „nový“ průmysl se rozptýlil do menších měst a do té doby neprůmyslových regionů (Maier a Čtyřoký, 2000, s. 29).

Z hlediska urbanistické ekonomie má na umístění průmyslového podniku vliv velikost podniku, velikost trhu, který podnik zásobuje, a stáří firmy (Maier a Čtyřoký, 2000, s. 30). I přes vysoké investice spojené se změnou lokalizace lze během výrobního cyklu také u velkých nadnárodních společností zpracovatelského průmyslu očekávat změnu lokalizace. Tento předpoklad nepřímo potvrzuje Vernonova teorie výrobních cyklů, ve které disponují pro výrobu určitého produktu během jeho životního cyklu jednotlivé regiony odlišnými možnostmi. Výroba zboží se v průběhu cyklu přesouvá do regionů s nejpříhodnějšími

podmínkami, přičemž na začátku cyklu se výroba koncentruje do co nejvyspělejších regionů, které nabízejí vysoce kvalifikovanou pracovní sílu a disponují velkým trhem snadno se adaptujících na novinky. V další fázi se předpokládá zvýšení objemu prodeje a tím zvýšení exportu z nejvyspělejších regionů, nárůst konkurence a klesající cena výrobku. V závěrečné fázi ztrácí vyspělý region svou komparativní výhodu a výrobek se exportuje z méně vyspělých regionů s nižšími náklady a může nastat situace, že se výrobek začne do nejvyspělejších regionů dovážet (Vernon 1966, Blažek, 2008). Boschma a Lambooy (1999, s. 412) dělí výstupy zpracovatelského průmyslu dle charakteru na základní vstupy pro další odvětví (např. komponenty) či na typický produkt masové spotřeby. Také toto třídění může přispět k odlišnému vnímání lokalizačních faktorů. Z výsledků výzkumu provedeného v rámci disertační práce pak lze spatřit největší význam u personálních faktorů, konkrétně dostupnosti kvalifikovaných lidských zdrojů a ceny práce. Dále se zpracovatelský průmysl lokalizuje do míst v blízkosti zákazníků a s kvalitním stavem infrastruktury a nízkými náklady na dopravu. Naopak nejméně průmyslové podniky ovlivňuje možnost využití volného času. Dále nebyl zjištěn významnější vliv ani v případě dostupnosti výzkumných zařízení, přítomnosti zahraničních firem, blízkosti konkurence či image regionu. Mezi další faktory, které byly ve zpracovatelském průmyslu uváděny jako stěžejní při rozhodování o lokalizaci, byl typ volného brownfieldu, výhodná poloha obce s možnou blízkostí do velkých měst a dobré vztahy s vedením obce.

6.1.2 Zásobování vodou, služby související s odpadními vodami, odpady a sanacemi

Vybavenost sítěmi vodovodů, kanalizací a čističek odpadních vod představuje jeden z velkých problémů mnoha periferních oblastí. Z výsledků výzkumu vyplynuly výrazně odlišné lokalizační faktory než u ostatních zkoumaných činností. Mezi nejvýznamnější patří kromě personálních a infrastrukturních faktorů také ekologické požadavky, stav regionu a blízkost konkurence, dodavatelů a také doplňkových služeb. Naopak jako nejméně významné byly v rámci této skupiny podniků hodnoceny kvalita úřadu práce a výzkumných zařízení, ale také možnosti využití volného času, disponibilita nebytovými

a kancelářským prostory a přítomnost zahraničních firem. Mezi ostatními faktory, které respondenti v daném odvětví uváděli, se nejčastěji objevovaly technické umístění výrobního zařízení a klimatické vlivy jako jsou požáry, havárie, vichřice.

6.1.3 Stavebnictví

V rámci této sekce lze konstatovat relativně velký počet lokalizačních faktorů majících vliv na výběr vhodného umístění. Mezi nejvýznamnější faktory patří dostupnost kvalifikovaných lidských zdrojů a náklady na dopravu. Také všechny ostatní zkoumané personální a infrastrukturní faktory lze považovat za významné. Z logiky věci také plyne velký význam faktoru ceny ploch a budov. Naopak mezi nejméně významné faktory patří dostupnost výzkumných zařízení, kvalita úřadu práce, přítomnost zahraničních firem a spolupráce s konkurencí. Mezi další uváděné faktory patřila zvýšená poptávka v území a jeho znalost, demografické složení obyvatel, znalost jazyků a vstřícnost peněžních ústavů.

6.1.4 Velkoobchod a maloobchod, opravy a údržba motorových vozidel

Tato sekce obsahuje největší množství ekonomických subjektů a velké množství jednotlivých tříd odvětví. Pro výzkum byly ponechány všechny subjekty zabývající se velkoobchodem a opravou a údržbou motorových vozidel a pouze u maloobchodu byla odstraněna skupina „maloobchod mimo prodejny“. Vzhledem k rozsahu tohoto souboru a ke specifčnosti lokalizace je maloobchodu a velkoobchodu věnována zvýšená pozornost. Podnikatelé v maloobchodě se více než ostatní odvětví budou s největší pravděpodobností soustředit na konečného spotřebitele a vybírat si místo, které nejvíce odpovídá prostorovému nákupnímu chování zákazníků. Na základě toho byl vysloven předpoklad, že *geografická blízkost zákazníka bude pro oblast velkoobchodu a maloobchodu významnější než pro ostatní zkoumaná odvětví*, který se však nepodařilo zcela potvrdit. Především pro maloobchod je volba oblasti a poloha obchodní jednotky decizivním kritériem pro úspěch podnikání. Pro většinu maloobchodních jednotek je podstatné, aby se lokalizovaly v oblasti

s velkou koncentrací lidí, aby obchodní jednotka byla dobře viditelná a příjemná pro zákazníky. Snaha rychle vyhovět měnící se poptávce však vedla k tomu, že většina maloobchodních jednotek se při své lokalizaci řídila spíše momentální dostupností a připraveností pozemků a staveb a byla tudíž v mnoha případech umisťována do méně vhodných lokalit. Současným trendem je lokalizovat prodejny do nákupních lokalit, což může vést k tzv. **synergickému efektu**.

Jako součást studie maloobchodu při jeho rozhodování o umístění lze definovat 8P, která by měl ekonomický subjekt zvážit. Mezi těchto 8P patří: place (místo), premisses (prodejna), product (výrobek), price (cena), promotion (propagace), presentation (prezentace), personnel (zaměstnanci) a physical distribution (distribuce). Kromě místa a prodejny je potřeba, aby se zbylých šest „P“ neustále flexibilně měnilo, aniž by lokalita a prodejna ztratily na své hodnotě. Maloobchod totiž musí na měnící se přání zákazníků reagovat v krátkém časovém horizontu, aby bylo možné jeho udržení na trhu. Jeho lokalizace je tedy důležitější než u ostatních odvětví (Maier a Řezáč, 1994, s. 65). V případě maloobchodu je pak díky velké závislosti na blízkosti ke konečnému odběrateli ve většině případů potřeba provést určité průzkumy a studie pro výběr vhodného místa podnikání.

Pro maloobchod jsou dále typické rychlé změny v chování při výběru lokality, které jsou ovlivněny především:

- měnícími se potřebami spotřebitelů na základě demografických, ekonomických, sociálních, společenských a kulturních změn ve společnosti;
- novinkami v nabídce prodejních prostor (Maier a Řezáč, 1994, s. 66);
- úzkou vazbou na face-to-face komunikaci (Beyers, 1994).

V případě velkoobchodu a maloobchodu lze oproti ostatním sekcím zaznamenat vyšší zájem o zkoumané lokalizační faktory. Většina hodnocení se pohybuje kolem „spíše důležitý“ faktor a je zřejmé, že pro tuto oblast může mít nevhodná lokalita fatální důsledky. Mezi nejvíce významné faktory patří dostupnost kvalifikovaných lidských zdrojů spolu s dostupností informačních a komunikačních technologií. Dále byl zjištěn větší důraz na

cenu ploch a budov, geografickou blízkost zákazníka a také kvalitu a atraktivitu území. Naopak jako nejméně důležité byly v rámci této sekce hodnoceny faktory kvality úřadů práce a výzkumných zařízení, blízkost jiných závodů stejného podniku a možnosti využití volného času. Dále lze uvést jako významný lokalizační faktor spolupráci s významným klientem.

6.1.5 Doprava

V sekci dopravy bylo vzhledem k povaze výzkumu potřeba provést několik modifikací. Do této sekce patří činnosti, které se s výzkumem neslučují, jelikož o umístění nerozhodovaly zkoumané faktory. Odstraněn byl proto oddíl kosmické dopravy, námořní a pobřežní nákladní doprava, činnosti související s leteckou a vodní dopravou, atd. Do konečného výběru se dostaly pouze silniční nákladní doprava, stěhovací služby a oddíl skladování, které jako nejvýznamnější faktory označily všechny tři zkoumané personální faktory a dále náklady na dopravu. Naopak jako nejméně důležitá byla hodnocena dostupnost a kvalita výzkumných zařízení.

6.1.6 Ubytování, stravování a pohostinství

Databázi firem zabývajících se ubytováním, stravováním a pohostinstvím bylo potřeba upravit o školní jídelny, menzy a tělovýchovné jednoty, u kterých nehrají zkoumané faktory žádnou roli. Konečná databáze tedy obsahovala subjekty zabývajících se ubytováním (hotely, motely, penziony, atd.) a stravováním (př. cateringové společnosti). Z výsledků výzkumu je zřejmý největší význam u všech personálních faktorů a dále v případě kvality a atraktivity území a geografické blízkosti zákazníků. Naopak jako nejméně významné byly v rámci této sekce hodnoceny výzkumná zařízení a jejich disponibilita, dále kvalita úřadů práce, blízkost jiných závodů stejného podniku, možnost spolupráce s konkurencí a také disponibilita nebytovými a kancelářskými prostory. Zajímavé bylo zjištění ostatních

faktorů, které ovlivňují podniky v tomto odvětví. Respondenty byla uváděna například nezaměstnanost v dané oblasti a dále možnost prezentovat se v médiích.

6.1.7 Informační a komunikační činnosti

V rámci této sekce nebylo nutné provést žádné změny a všechny činnosti, které tato sekce obsahuje, mohly být zařazeny do výzkumu. Z výsledků lze konstatovat, že výrazně významněji je v rámci této sekce hodnocena dostupnost kvalifikovaných lidských zdrojů a informačních a komunikačních technologií. Dále byl zjištěn větší vliv na rozhodování u faktoru mentality zaměstnanců, geografické blízkosti zákazníků a také stavu dopravní infrastruktury. Naopak jako nevýznamná (s průměrným hodnocením 1,88) byla hodnocena kvalita úřadů práce. Dále byly jako spíše nevýznamné hodnoceny faktory blízkosti jiných závodů stejného podniku, dostupnost výzkumných zařízení, možnost spolupráce s konkurencí a také ekologické požadavky. Nejčastějšími faktory uváděnými v kolonce „ostatní“ byla blízkost letiště, možnost návštěv zahraničních partnerů a snadné cestování.

6.1.8 Peněžnictví a pojišťovnictví

V této sekci byly osloveny firmy zabývající se finančním leasingem, pojišťovnictvím, poskytováním úvěrů, či peněžním zprostředkováním. Dle výsledků výzkumu Scotta a Dunkelberga (2006), byla úspěšnost podnikání na vhodné lokalitě závislá v rámci této sekce na využívání internetu, internetového bankovníctví a callcenter. V minulosti lze také zaznamenat větší důraz finančních subjektů na vhodnou lokalitu a snahu o lokalizaci především v blízkosti velkých center. Nicméně moderní technologie zkracují vzdálenosti, a proto byla jako nejdůležitější lokalizační faktor hodnocena dostupnost informačních a komunikačních technologií. Dále ovlivňuje společnosti z oblasti peněžnictví a pojišťovnictví také dostupnost kvalifikovaných lidských zdrojů, geografická blízkost zákazníků, hospodářský stav regionu či cena práce. Naopak jako nevýznamné byly hodnoceny faktory kvalita úřadu práce a dostupnost výzkumných zařízení. Dále nelze

předpokládat větší význam ani u ekologických požadavků, možnosti spolupráce s konkurencí či blízkosti jiných závodů stejného podniku. Mezi další významné faktory patří blízkost sídla mateřské firmy, stav regionu a možnost získat v dané oblasti dotace.

6.1.9 Činnosti v oblasti nemovitostí

Pronájem vlastních budov, správa vlastních nebo pronajatých nemovitostí se neshodují se zkoumanými faktory a podstatou výzkumu. Na tyto činnosti působí řada okolností, jež vyplývají ze specifické podstaty pozemků a staveb (především imobility). Jelikož nemovitosti se kromě imobility vyznačují také dlouhým životním cyklem, musí sektor nemovitostí mnohem rychleji rozpoznat nákupní chování spotřebitelů a být schopen neustále přicházet s vhodnými lokalitami a budovami, které jsou schopny poptávku spotřebitelů uspokojit. Jelikož většina nabízejících a poptávajících v oblasti pozemků či staveb nemá dostatečné zkušenosti, aby posoudila kvalitu, realizuje se prodej ve většině případů přes zprostředkovatele. A právě „*zprostředkovatelské činnosti realitních agentur*“ byla jediná oblast z celé sekce, která mohla být vzhledem k povaze výzkumu oslovena a která preferuje kvalitu a atraktivitu území jako hlavní lokalizační faktor. Dále byl pro odvětví důležitý hospodářský stav regionu, geografická blízkost zákazníků, stav dopravní infrastruktury a logicky také ceny ploch a budov. Naopak dostupnost a kvalitu výzkumných zařízení lze označit za zcela nedůležitou. Dále lze na základě výsledků výzkumu konstatovat malý význam následujících lokalizačních faktorů: kvalita úřadů práce, ekologické požadavky, blízkost jiného podniku a přítomnost zahraničních firem. Jako další faktory byly uvedeny: počet objektů určených k prodeji, frekvence zákazníků a podpora vedení obce.

6.1.10 Profesní, vědecké a technické činnosti

V této sekci nebyla potřeba výrazných změn. Odstraněna byla pouze třída geologického průzkumu, která je pro daný výzkum ze své podstaty nevhodná. Vybraní respondenti byli

tedy z oblastí zabývajících se překladatelstvím, reklamou, tlumočnictvím, vědeckou nebo veterinární činností, účetnictvím, auditem, atd. Z výzkumu, provedeném v Anglii, vyplynulo, že 80 % takto zaměřených firem provádělo svou činnost v Londýně (Bryson a kol., 1993) a lze proto očekávat převažující lokalizaci především ve větších městech. Mezi hlavní faktory ovlivňující tuto činnost patří dostupnost informačních a komunikačních technologií a také požadavky na zaměstnance. Především jejich kvalifikaci a mentalitu. Naopak jako nejméně důležité jsou v rámci této sekce hodnoceny faktory týkající se kvality prostředí, úřadu práce a dostupnosti výzkumných zařízení. Větší význam nebyl zaznamenán ani u možnosti spolupráce s konkurencí či její geografické blízkosti, blízkosti jiných závodů stejného podniku, tradici a historii lokality, spolupráce se státní firmou či zahraničními institucemi.

6.1.11 Administrativní a podpůrné činnosti

Z této databáze byl vyloučen pouze oddíl „pátrací činnosti“, kde se nepředpokládala ochota ke spolupráci, ostatní třídy administrativních činností byly pro účely disertační práce ponechány. Nejvýznamnějším faktorem ovlivňujícím lokalizaci je v rámci této sekce zcela jednoznačně cena práce (průměrná hodnota 4,3, modus i medián 5). Dále podniky poskytující podpůrné činnosti věnují pozornost dostupnosti kvalifikovaných lidských zdrojů, informačním a komunikačním technologiím, stavu dopravní infrastruktury a image regionu. Naopak mezi nevýznamné faktory patří možnosti využití volného času, kvalita úřadu práce a dostupnost a kvalita výzkumných zařízení.

6.1.12 Vzdělávání

Jelikož sekce vzdělávání obsahuje mnoho subjektů, které o svém umístění nerozhodovaly vůbec nebo nerozhodovaly na základě zkoumaných faktorů, bylo potřeba vybrat pouze třídy, které by bylo možno oslovit. Z výsledků výzkumu plyne, že pro organizace ve sféře vzdělávání nehrají zkoumané lokalizační faktory zásadní roli. Většina faktorů byla

hodnocena jako „spíše nedůležitá“ až „absolutně nedůležitá“. Přesto jako významné lokalizační faktory lze zmínit geografickou blízkost zákazníků a všechny tři zkoumané personální faktory.

6.1.13 Ostatní činnosti

Tato sekce vykazuje velmi různorodé zaměření činností podniků. Z tohoto důvodu musely být eliminovány činnosti, které jsou ze své podstaty pro daný výzkum nevhodné. Byly odstraněny organizace typu například sdružení rodičů při ZŠ, domy dětí a mládeže, jednotlivé svazy, atd. Z důvodu morbidního podtextu u faktoru „dostupnost zákazníků“ byly z výzkumu odstraněny také pohřební služby. Ponechány byly například kadeřnické a kosmetické činnosti, činnosti pro osobní a fyzickou pohodu a také všechny třídy oprav. Jako hlavní lokalizační faktory lze celkem jednoznačně určit mentalitu zaměstnanců, dostupnost informačních a komunikačních technologií, blízkost zákazníků a také stav dopravní infrastruktury. Naopak téměř žádný význam byl zaznamenán v případě lokalizačních faktorů dostupnosti výzkumných zařízení a kvality úřadů práce. Velmi nízký význam byl rovněž zjištěn u faktorů možnost spolupráce s konkurencí, ekologické požadavky a disponibilita kancelářských prostor. Dodatečnými faktory uváděnými respondenty jsou nízké náklady na provoz, finanční situace obyvatel regionu a úspěšnost obchodního centra v případě respondentů podnikajících v těchto prostorách.

6.2 ZKOUMANÉ LOKALIZAČNÍ FAKTORY ZE SEKTOROVÉHO HLEDISKA

Lokalizační teorie průmyslu se začala formovat v období první průmyslové revoluce, kdy prvním záměrem při umístění průmyslového závodu bylo co největší snížení přepravních nákladů. V té době se snižoval význam Weberových mikroekonomických kritérií, kterými jsou zdroje, pracovní síla a trh, a do popředí se dostávají makrolokalizační kritéria, kterými jsou například požadavky na zvýšení úrovně celého národního hospodářství, zvýšení výroby, obrany státu či snížení nezaměstnanosti (Ivanička, 1971, s. 99). Dalším časovým

milníkem v lokalizaci průmyslu bylo otevření ekonomik a rozmach mezinárodního obchodu, kdy malé státy jsou v současnosti v podstatě závislé na mezinárodním obchodu. Snížení dopravních nákladů, globalizující se prostředí a změna struktury hospodářství od primárního, k sekundárnímu a následně k terciárnímu sektoru souvisejí se změnou důležitosti jednotlivých lokalizačních faktorů a se změnou prostorových nákladů.³² Na těchto rozvojových změnách ve skladbě ekonomických činností je založena tzv. **teorie sektorové základny**, která se vyvinula z empirických pozorování vzájemného vztahu mezi výší regionálních příjmů a zastoupením jednotlivých sektorů v regionální ekonomice. Z uvedené teorie vyplývá, že v prvním období je pro region typický růst primárních odvětví, na které dále navazují odvětví zpracovatelská. Tím dochází nejen k růstu produkce, ale i produktivity práce a k migraci pracovních sil, čímž fakticky dochází ke změnám v alokaci práce a kapitálu a přelévání těchto výrobních faktorů z jednoho sektoru do druhého. Měřítkem rozvinutosti regionu pak může být brána míra zaměstnanosti v terciárním, popřípadě kvarterním sektoru (Kolektiv autorů, 2004, s. 93).

Faktorům lokalizace průmyslových podniků byla věnována celá řada výzkumů, ve kterých se projevuje vliv času a nových technologií působících na umístění průmyslových podniků. Jako příklad lze zmínit studii z roku 1987, kde byly výzkumu v Austrálii podrobeny malé a střední průmyslové podniky a z jehož výsledků je patrné, že lokalizaci v té době ovlivnila především možnost být co nejblíže obchodním centrům, do kterých je přístup z hlavních infrastrukturních uzlů (Kupke, a Pearce, 1998). Z výzkumu malých a středních průmyslových podniků provedeném v Austrálii o několik let později,³³ je patrná částečná změna hlavních lokalizačních faktorů. Stále sice převládá snaha o co největší snížení dopravních nákladů, avšak jako hlavní faktory lokalizace byla uvedena blízkost překladišť, hlavních dopravních tras a také potenciálních zákazníků (Mazzarol a Choo, 2003).

Obecně lze v souvislosti s malými a středními průmyslovými podniky předpokládat, že *pro průmysl bude důležité se lokalizovat do míst, kde jsou dostupnější komplementární výrobky, lepší spolupráce a snadnější navazování vazeb s ostatními podniky*. V případě terciárního

³² Rozdíl mezi prostorovými a dopravními náklady spočívá v tom, že prostorové náklady jsou přímo spjaty s daným územím, kdežto dopravní náklady vznikají na základě pohybu po tomto území.

³³ Oslovena byla více než jedna polovina drobných a více než jedna třetina malých podniků.

sektoru lze pak díky nižší prostorové náročnosti předpokládat, že zde *bude méně důležitá cena kancelářských a nebytových prostor než pro průmyslovou výrobu*, což se však z výsledků průzkumu potvrdit nepodařilo, jelikož tento lokalizační faktor hrál stejně důležitou roli v obou zkoumaných sektorech. Shoda v hodnocení jednotlivých lokalizačních faktorů byla prokázána rovněž u dalších osmi faktorů. Konkrétně u kvality a atraktivity území, zázemí města, hospodářského stavu regionu, disponibility kancelářskými a nebytovými prostory, přítomnosti zahraničních firem, geografické blízkosti zákazníků, geografické blízkosti konkurence a mentality zaměstnanců.

Vzhledem k fatálním důsledkům spojeným s neúspěšnou lokalizací průmyslového podniku a se značnými náklady na případnou změnu lokalizace se předpokládalo, že větší význam jednotlivých lokalizačních faktorů bude prokázán u podniků sekundárního sektoru. Tento předpoklad se také potvrdil, když polovina zkoumaných faktorů byla hodnocena jako významnější právě u průmyslových podniků. Větší důraz než podniky terciárního sektoru dávají při své lokalizaci průmyslové podniky především na:

- tradici a historii lokality;
- dostupnost a kvalitu výzkumných zařízení;
- spolupráci se státní správou;
- kvalitu úřadů práce;
- výši daní a poplatků;
- ekologické požadavky, podmínky a standardy;
- geografickou blízkost dodavatelů;
- dostupnost doplňkových služeb;
- možnou spolupráci s konkurencí;
- blízkost závodu stejného podniku;
- kvalifikované lidské zdroje;
- stav dopravní infrastruktury;
- náklady na dopravu.

Na základě výsledků výzkumu lze také vymezit čtyři lokalizační faktory, které v případě průmyslových podniků nehrají podstatnou roli, a na které se při své lokalizaci ohlížejí spíše

ekonomické subjekty poskytující služby. Jedná se o:

- dostupnost informačních a komunikačních technologií;
- image regionu;
- možnosti využití volného času;
- cenu práce.

6.3 POROVNÁNÍ TVRDÝCH A MĚKKÝCH LOKALIZAČNÍCH FAKTORŮ

Jak již bylo uvedeno v předchozích kapitolách, význam tvrdých lokalizačních faktorů se postupem času zmenšuje, přičemž tato změna je způsobena především jejich narůstající obecnou disponibilitou až saturací v nejrozvinutějších regionech světa. Z výsledků výzkumu vyplynula větší pozornost věnovaná v současnosti měkkým faktorům. Z celkového počtu 12 zkoumaných měkkých lokalizačních faktorů jich lze šest považovat za významné při rozhodování o umístění společnosti. Měkké lokalizační faktory seřazené sestupně dle významnosti při rozhodování o umístění společnosti jsou následující:

- mentalita zaměstnanců;
- dostupnost informačních a komunikačních technologií;
- hospodářský stav regionu;
- kvalita a atraktivita území;
- image regionu;
- zázemí města.

Těchto šest měkkých lokalizačních faktorů lze považovat za důležité determinanty při rozhodování o místě lokalizace. Jako méně důležité lze považovat dostupnost a kvalitu výzkumných zařízení, spolupráci se státní správou, kvalitu úřadů práce, přítomnost zahraničních firem a využití volného času. Posledním zkoumaným měkkým faktorem byla tradice a historie lokality, kterou však v důsledku velké variability v odpovědích nelze jednoznačně hodnotit. Z hlediska zkoumaných ekonomických činností lze konstatovat, že z výsledků výzkumu vyplývá větší význam měkkých faktorů u podniků provozujících ubytování, stravování a pohostinství, dále u stavebnictví, velkoobchodu a u činností

v oblasti nemovitostí. Naopak nejmenší význam byl zaznamenán v podnicích ze sféry vzdělávání, u profesních činností, dopravy a u peněžnictví a pojišťovnictví.

Mezi nejméně významné tvrdé lokalizační faktory lze zařadit blízkost jiných závodů stejného podniku, ekologické podmínky, požadavky a standardy, geografickou blízkost konkurence, geografickou blízkost dodavatelů a možnost spolupráce s konkurencí. Klesající význam těchto lokalizačních faktorů však může být způsoben i velkou variabilitou v odpovědích, zejména u podniků z terciárního sektoru. Mezi pět obecně nejvíce hodnocených tvrdých lokalizačních faktorů patří (faktory jsou opět seřazené dle významnosti sestupně):

- dostupnost kvalifikovaných lidských zdrojů;
- geografická blízkost zákazníků;
- cena práce;
- cena ploch a budov;
- náklady na dopravu.

Klasické tvrdé lokalizační faktory hrají stále podstatnou roli v oblastech administrativních a podpůrných činností, u stavebnictví, zásobování vodou, ubytování, stravování a pohostinství, velkoobchodu a maloobchodu. Dále lze konstatovat, že klasické tvrdé lokalizační faktory nehrají příliš velkou roli v podnicích zabývajících se profesními činnostmi a dále u vzdělávacích organizací.

6.4 ZÁVISLOST HODNOCENÍ LOKALIZAČNÍCH FAKTORŮ NA VELIKOSTI PODNIKU

Jedním z dílčích cílů disertační práce je zjistit, na jakých proměnných je závislé hodnocení lokalizačního faktoru. V první etapě byla zjišťována závislost hodnocení lokalizačního faktoru na velikosti podniku. Obecně lze konstatovat, že v případě větších podniků jsou náklady na lokalizaci vyšší, a proto lze předpokládat kladnou závislost, tzn. čím větší podnik, tím větší vliv bude mít daný lokalizační faktor.

Hypotéza H_0 byla formulována jako: „*hodnocení lokalizačního faktoru nezávisí na velikosti podniku*“ neboli „řádky a sloupce v kontingenční tabulce jsou nezávislé“.

Hypotéza H_1 byla formulována jako: „*hodnocení lokalizačního faktoru závisí na velikosti podniku*“ neboli „řádky a sloupce v kontingenční tabulce jsou závislé“.

Konkrétně lze tyto hypotézy definovat například jako:

- Hodnocení významu lokalizačního faktoru geografické blízkosti konkurence klesá s velikostí podniku.
- Význam lokalizačního faktoru geografická blízkost dodavatelů bude závislý na velikosti firmy ve smyslu čím větší firma, tím větší potřeba být blízko dodavatelům.

Bylo tedy zjišťováno, zda rozdíly v hodnocení jsou pro různé velikosti podniku statisticky významné. Jelikož data nepocházejí z normálního rozdělení, bude použita kontingenční analýza doplněná o koeficienty síly a směru závislosti (viz kapitola 4.5.2).

Tab. 8: Závislost hodnocení lokalizačních faktorů na velikosti podniku

Faktor	P-value	Pearsonův koeficient	Cramerův koeficient	Somersův koeficient	Kendallův koeficient
Kvalita úřadů práce	0,0003	0,2500	0,1825	0,1533	0,1537
Dostupnost a kvalita výzkumných zařízení	0,0283	0,1949	0,1405	0,1171	0,1176
Spolupráce se státní správou	0,0063	0,2162	0,1566	0,1249	0,1260
Ekologické požadavky, podmínky a standardy.	0,0258	0,1964	0,1416	0,1212	0,1222
Geografická blízkost zákazníků	0,0008	0,2401	0,1749	0,022	0,0221
Geografická blízkost dodavatelů	0,0050	0,2193	0,1589	0,1326	0,1338
Blízkost jiných závodů stejného podniku	0,0015	0,2334	0,1697	0,1607	0,1619
Mentalita zaměstnanců	0,0007	0,2421	0,1764	-0,0750	-0,0754
Cena práce (úroveň mezd)	0,0072	0,2146	0,1553	0,0618	0,0621

Zdroj: vlastní zpracování

V tab. 8 je uvedeno 9 zkoumaných lokalizačních faktorů, u kterých bylo hodnocení faktoru statisticky významně závislé (na hladině $\alpha = 5\%$) na velikosti podniku. Na základě vypočtených koeficientů Somerse a Kendalla vyplývá, že v případě 8 faktorů platí přímá úměra, že čím větší podnik, tím důležitěji byl faktor hodnocen. Lze tedy vyslovit závěr, že se potvrdilo, že těmto faktorům je větší význam přisuzován u větších podniků. Jestliže se budou chtít regionální aktéři zaměřit na přilákání nových větších podniků, které v daném regionu dopomohou např. ke snížení nezaměstnanosti, měli by se více zaměřit právě na tyto faktory. U jediného zkoumaného faktoru (mentality zaměstnanců) je možné stanovit závěr, že čím menší podnik daný faktor hodnotil, tím větší mu byla přiřazena důležitost. U zbylých 15 zkoumaných faktorů nebylo na 5% hladině významnosti možné hypotézu o závislosti potvrdit.

6.5 ZÁVISLOST HODNOCENÍ LOKALIZAČNÍHO FAKTORU NA PŘEDMĚTU ČINNOSTI

Protože nebyl splněn předpoklad normality dat v jednotlivých skupinách, ale byly splněny podmínky homoskedasticity a nezávislosti výběrů, pro zkoumání závislosti hodnocení lokalizačního faktoru na předmětu činnosti byla zvolena neparametrická alternativa analýzy rozptylu, Kruskal-Wallisův test.

Hypotéza H_0 je formulována jako: „*hodnocení lokalizačního faktoru nezávisí na ekonomickém odvětví, tzn., lokalizační faktory se budou projevovat specificky pouze v některých odvětvích.*“

Hypotézu H_1 formulujeme jako: „*hodnocení lokalizačního faktoru závisí na ekonomickém odvětví, tzn., lokalizační faktory bude v těchto odvětvích možno považovat za univerzální.*“

Tab. 9: Ověření závislosti hodnocení lokalizačního faktoru na ekonomické činnosti

Faktor	P-value Levenova tesu homoskedasticity	Testovací kritérium Kruskal-Wallisova testu (K)	P-value Kruskal-Wallisova testu	Existuje závislost? ANO/NE
Kvalita úřadu práce	0,0324	16,5019	0,1693	NE
Kvalita a atraktivita území	0,1392	40,4240	0,0001	ANO
Tradice a historie	0,6670	30,6464	0,0022	ANO
Zázemí města	0,6697	20,8926	0,0520	NE
Dostupnost a kvalita výzkumných zařízení	0,1040	18,8007	0,0935	NE
Spolupráce se státní správou	0,1013	9,8883	0,6258	NE
Hospodářský stav regionu	0,0002	24,7192	0,0162	NE
Disponibilita nebytovými prostory	0,3107	45,9164	0,0000	ANO
Cena plocha budov	0,0648	23,2888	0,0254	ANO
Výše daní a poplatků	0,4403	23,9740	0,0205	ANO
Ekologické požadavky, podmínky	0,2848	39,7896	0,0001	ANO
Dostupnost informačních a komunikačních technologií	0,0349	29,7728	0,0031	NE
Přítomnost zahraničních firem	0,3405	13,4232	0,3390	NE
Image regionu	0,5587	34,8487	0,0005	ANO
Využití volného času	0,4243	21,8797	0,0389	ANO

Faktor	P-value Levenova tesu homoskedasticity	Testovací kritérium Kruskal- Wallisova testu (K)	P-value Kruskal- Wallisova testu	Existuje závislost? ANO/NE
Geografická blízkost zákazníků	0,2187	13,1212	0,3603	NE
Geografická blízkost konkurence	0,0246	25,4386	0,0129	NE
Geografická blízkost dodavatelů	0,6110	18,4879	0,1017	NE
Dostupnost doplňkových služeb	0,7752	22,6604	0,0308	ANO
Možnost spolupráce s konkurencí	0,0789	21,9132	0,0385	ANO
Blízkost jiného závodu	0,0086	12,2376	0,4268	NE
Mentalita zaměstnanců	0,0007	12,5436	0,4031	NE
Kvalifikované lidské zdroje	0,0031	14,6944	0,2586	NE
Cena práce	0,0004	18,9892	0,0888	NE
Stav dopravní infrastruktury	0,1933	14,5086	0,2694	NE
Náklady na dopravu	0,0668	34,4290	0,0006	ANO

Zdroj: vlastní zpracování

Pozn.: Hodnocení faktoru nelze považovat za závislé na ekonomickém odvětví, pokud byla porušena podmínka homoskedasticity, tzn. P-Value Levenova testu je menší než 0,05 či P-Value Kruskal-Wallisova testu je větší než 0,05.

Z tab. 9 lze vyčíst faktory, jejichž hodnocení záviselo na druhu ekonomické činnosti a které lze tedy považovat za univerzální (tedy platné pro všechna odvětví) a také faktory, jejichž hodnocení druh prováděné ekonomické činnosti neovlivnil a které lze považovat za specifické pro zkoumaná odvětví. Na 5% hladině významnosti byla verifikována hypotéza, že v případě 11 zkoumaných lokalizačních faktorů závisí *hodnocení na ekonomickém odvětví*: tzn., je lze považovat za univerzální pro všechna odvětví. Pro srovnání, v případě již několikrát zmíněného výzkumu Damborského a Wokouna nebyl jako univerzální shledán žádný ze zkoumaných faktorů.

6.6 ZÁVISLOST HODNOCENÍ LOKALIZAČNÍHO FAKTORU NA ATRAKTIVITĚ REGIONU PRO INVESTORY

Dále je zkoumána závislost hodnocení vybraných lokalizačních faktorů spojených s daným regionem na výši jeho atraktivity pro investory. Vzhledem k logice věci není možné

hodnotit závislost v případě všech zkoumaných faktorů. Budou proto hodnoceny pouze hospodářský stav regionu, jeho image, přítomnost zahraničních firem a také dostupnost kvalifikovaných lidských zdrojů, jelikož tyto faktory lze považovat za možné determinanty atraktivity území.

Hypotéza H_0 byla formulována jako: „*hodnocení zkoumaného faktoru je nezávislé na atraktivitě vybraného regionu*“.

Hypotéza H_1 byla formulována jako: „*hodnocení zkoumaného faktoru je závislé na atraktivitě vybraného regionu*“.

Posouzení závislosti hodnocení lokalizačních faktorů se zájmem investorů o region má za cíl odhalit, zda a do jaké míry spolu souvisí atraktivita regionu a zvažování jednotlivých lokalizačních faktorů. Účelem je posoudit, zda oslovené ekonomické subjekty, které uvedly, že hospodářský stav regionu, jeho image, přítomnost zahraničních firem a dostupnost kvalifikovaných lidských zdrojů pro ně byly důležité při rozhodování o lokalizaci, svou podnikatelskou činnost opravdu lokalizovaly do regionů ekonomicky atraktivních.

Při vyhodnocování výše stanovené hypotézy byl největší problém stanovení vhodného vysvětlujícího faktoru, který by pro účely potvrzení hypotézy nejlépe vystihoval atraktivitu regionu. Z možných srovnávacích základů lze uvést například:

- **Regionální index konkurenceschopnosti;**
- **Index konkurenceschopnosti** (Huggins, 2003), vytvořený R. Hugginsem a představující dynamický nástroj, jenž reflektuje měřitelná kritéria místní konkurenceschopnosti.³⁴
- **Úhrnný regionální inovační index;**
- **Index MasterCard česká centra rozvoje** – vytvořený na VŠE v rámci projektu MasterCard česká centra rozvoje, který pracuje na bázi srovnávání hodnot daného regionu (resp. státu) s nejpříznivější hodnotou (nejlepším regionem). Nejlepší

³⁴ Model je založen na třech faktorech (vstupech, výstupech a výsledcích), které obsahují konceptuální rámec konkurenceschopnosti.

region tak dosahuje hodnoty 100 %.

- **Hrubý domácí produkt dle regionů** – považován za základní ukazatel pro porovnávání regionální konkurenceschopnosti a socioekonomické úrovně regionů.
- **Přímé zahraniční investice (PZI)** – lze považovat za klíčový indikátor rozvinutosti regionu (Hlaváček, 2009, s. 7).

Hodnocení úrovně krajů je dále možné dle nezaměstnanosti, průměrných hrubých mezd, průměrného ročního přírůstku obyvatel, počtu registrovaných podnikatelů, produktivity práce a, jak uvádí Wokoun a kol. (2012), také dle poměru vysoce vzdělaných obyvatel ke všem obyvatelům. Vzhledem k dostupným údajům budou jako nezávislá proměnná brány velikosti PZI, které budou pro snadnější zpracování rozděleny do intervalů, přičemž pro zvolení počtu intervalů bude použito tzv. Sturgesovo pravidlo $k \approx 1 + 3,3 \log(n)$, kde k je počet třídních intervalů a n je rozsah výběrového souboru. Na základě tohoto pravidla byly údaje rozčleněny do 7 intervalů. Zdrojem dat byla Česká národní banka (viz Příloha C). Použitá data pocházejí z roku 2010, tedy ze stejného období, ve kterém výzkum probíhal. Díky velkému rozpětí mezi výší jednotlivých PZI musela být, kvůli možnému zkreslení, odstraněna odlehlá pozorování a do konečného výběru se dostalo pouze 208 oslovených MSP.

Tab. 10: Rozdělení regionů dle výše PZI

Třída	Míra atraktivity regionu	Třídní interval	Absolutní četnost regionů v intervalu	Absolutní četnost respondentů v intervalu
1	velmi nízká	<816 771; 4 397 101>	18	49
2	středně nízká	(4 397 101; 7 877 431>	19	43
3	nízká	(7 877 431; 11 557 761>	13	49
4	střední	(11 557 76; 15 138 091>	6	25
5	vysoká	(15 138 091; 18 718 421>	3	14
6	středně vysoká	(18 718 421; 22 298 751>	5	22
7	velmi vysoká	(22 298 751; 25 879 081>	3	6

Zdroj: vlastní zpracování

Jak je patrné z tab. 10, jednotlivým regionům byl přiřazen třídní koeficient míry atraktivity, který byl dán do vzájemné závislosti s hodnocením vybraných faktorů. Posuzovány jsou pouze faktory, které mohou být brány jako vysvětlující proměnné výše atraktivity regionu.

Konkrétně se jedná o:

- hospodářský stav regionu;
- image regionu;
- přítomnost zahraničních firem;
- dostupnost kvalifikovaných lidských zdrojů.

Jelikož ani v tomto případě nebyla potvrzena hypotéza o normalitě rozdělení získaných dat, byla i tato hypotéza ověřena pomocí Kruskal-Wallisova testu.

Tab. 11: Test hypotézy o závislosti hodnocení lokalizačních faktorů na atraktivitě regionu.

Faktor	Normální rozdělení	Testovací kritérium Levenova testu homoskedasticity (F)	P-value Levenova testu homoskedasticity	Testovací kritérium Kruskal-Wallisova testu (K)	P-value Kruskal-Wallisova testu	Existuje závislost? ANO/NE
Hospodářský stav regionu	NE	0,78	0,585	5,97	0,425	NE
Image regionu	NE	0,528	0,786	8,171	0,225	NE
Přítomnost zahraničních firem	NE	0,678	0,667	7,231	0,299	NE
Dostupnost kvalifikovaných lidských zdrojů	NE	0,769	0,594	8,403	0,209	NE

Zdroj: vlastní zpracování

Jak je vidět z tab. 11 ani u jednoho z vybraných faktorů se nepodařilo potvrdit hypotézu, že výše hodnocení vybraných lokalizačních faktorů souvisí s mírou atraktivity regionu.

6.7 OVĚŘENÍ SHODY HODNOCENÍ PODNIKY SEKUNDÁRNÍHO A TERCIÁRNÍHO SEKTORU

Pro ověření shody hodnocení průmyslovými podniky a podniky služeb byla využita regresní analýza, jejíž podrobný postup byl popsán v kapitole 3.3.5. V této kapitole je proto pro větší přehlednost popsáno hodnocení shody mezi oběma zkoumanými sektory pro pracovní faktory, přičemž analogicky byly hypotézy ověřovány i pro ostatní tři skupiny faktorů.

Tab. 12: Regresní analýza pro skupinu pracovních lokalizačních faktorů v modelu s konstantou

Parametr	Odhad	Testové kritérium T	Kritický obor	P-Value
Odhad parametru β_1 : b_1	1,162	22,422	2,770	0,000
Odhad parametru β_0 : b_0	-7,375	-2,738	2,770	0,052
	Testové kritérium F	Kritický obor W	P-Value	
Analýza rozptylu	502,77	7,71	0,000	

Zdroj: vlastní zpracování

Z tab. 12 plyne funkční závislost mezi závisle a nezávisle proměnnou, jelikož pro analýzu rozptylu je $P\text{-Value} = 0,000$ a kritický obor $W = \{F: F \geq F(1,4)^{35} \Rightarrow 502,77 \geq 7,71\}$. Lze proto konstatovat zamítnutí H_0 : Zvolená funkční závislost mezi závisle a nezávisle proměnnou neexistuje, a nezamítáme H_1 : Zvolená funkční závislost mezi závisle a nezávisle proměnnou existuje.

Dále byla testována statistická významnost jednotlivých regresních parametrů

$H_0: \beta_1 = 0$

$H_1: \beta_1 \neq 0$

³⁵ Testová statistika je pro 1 a 4 stupně volnosti. (1 = počet nezávislých proměnných, 4 = 6 – 2, neboli počet pozorování mínus počet konstant n – p).

a

$$H_0: \beta_0 = 0$$

$$H_1: \beta_0 \neq 0, \text{ kde byl pro parametr } \beta_0 \text{ kritický obor } W = \{T: |T| = 2,738 \geq t_{1-\frac{\alpha}{2}}(4) = 2,77\}.$$

Hypotézu H_0 proto nezamítáme a parametr β_0 není statisticky významný na rozdíl od parametru β_1 .

Regresní funkci lze proto upravit do modelu bez konstanty a testované hypotézy pro tento model zopakovat, viz tab. 13.

Tab. 13: Regresní analýza pro skupinu pracovních lokalizačních faktorů v modelu bez konstanty

Parametr b1	Odhad	Testové kritérium T	Kritický obor	P-Value
Odhad parametru β_1 : b1	1,037	27,332	2,57	0
	Testové kritérium F	Kritický obor W^{36}	P-Value	
Analýza rozptylu	747,04	6,610	0	

Zdroj: vlastní zpracování

Z hodnot uvedených v tab. 13 pro analýzu rozptylu vyplývá, že zamítáme H_0 a nezamítáme H_1 a mezi sledovanými veličinami je statisticky významný vztah. Dále je z tab. 13 zřejmá statistická významnost směrnice β_1 , u které H_0 zamítáme.

Posledním krokem je ověření shody mezi jednotlivými hodnoceními pomocí hypotézy:

$$H_0: \beta_1 = 1$$

$$H_1: \beta_1 \neq 1,$$

kde bylo potřeba dosadit hodnoty do testového kritéria T:

$$T = \{ (1,037 - 1) / 4,833 \} * \sqrt{\sum x} 16203 = 0,996,$$

³⁶ Kritický obor $W = \{F: F \geq F(1,5) = 7,71\}.$

a vypočítat kritický obor $W = \{ T: |T| = 0,996 \geq t_{1-\frac{\alpha}{2}}(5) = 2,57 \}$ a jelikož T není prvkem W , nezamítáme H_0 a hodnocení mezi jednotlivými sektory je možné v rámci pracovních faktorů považovat za shodné.

Stejný postup byl aplikován také u ostatních skupin faktorů, ze kterých vyplývá, že **v rámci všech skupin lokalizačních faktorů lze hodnocení podniky v sekundárním sektoru a podniky terciárního sektoru považovat za shodná.**

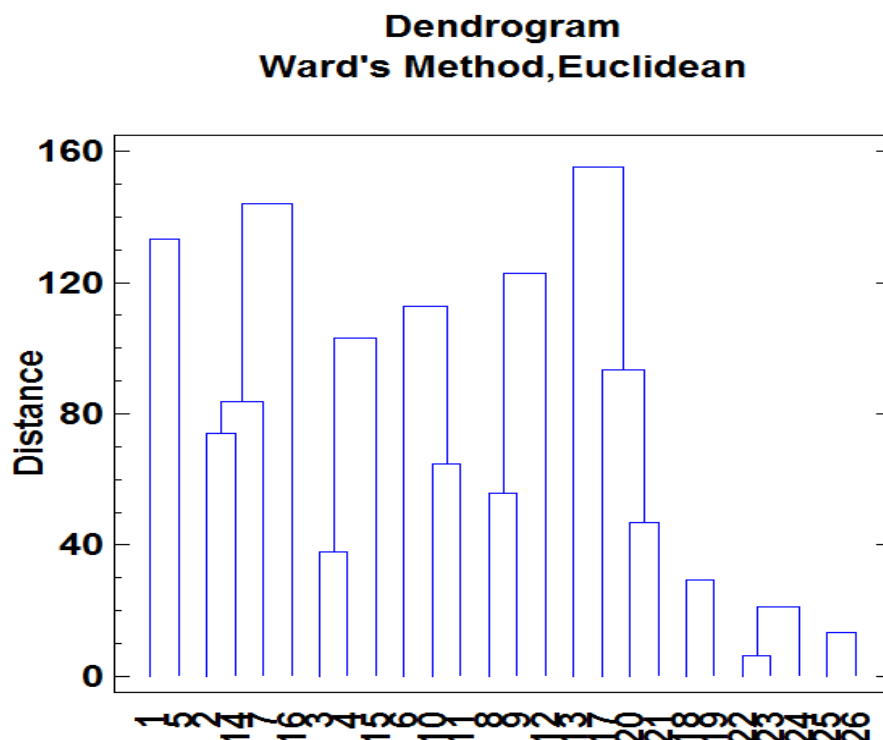
6.8 SHLUKOVÁ ANALÝZA ZKOUMANÝCH LOKALIZAČNÍCH FAKTORŮ

Cílem shlukové analýzy je porovnat a následně roztřídit zkoumané faktory dle hodnocení do tzv. shluků a prokázat tak jejich vzájemnou propojenost. Jedním z dílčích cílů bude posouzení vzdálenosti jednotlivých hodnocení a bližší charakteristika získaných skupin. Vzdálenost bude posuzována pomocí euklidovské vzdálenosti a jednotlivým shlukům budou dále přiřazovány shluky předcházející, následující a jednotlivé kombinace nejbližších shluků (podrobný popis shlukové analýzy viz kapitola 4.5.6).

Rozhodujícím kritériem při výběru počtu shluků byla přehlednost výsledné shlukové analýzy a 26 zkoumaných faktorů tak bylo rozčleněno do devíti skupin (viz obr. 34), které lze pojmenovat následovně:

- Shodně byly hodnoceny kvalita úřadu práce {1} a dostupnost výzkumných zařízení {5}, což je na rozdíl od skupin infrastrukturních a pracovních faktorů – kde se obdobné hodnocení očekávalo – zajímavé zjištění a lze tedy přepokládat, že při rozhodování vystupují tyto dva faktory se stejnou významností.
- „**Regionální shluk**“ obsahuje čtyři obdobně hodnocené faktory týkající se stavu a vyspělosti daného území. Mezi nejbližše hodnocené faktory zde patří kvalita a atraktivita území {2} a image regionu {14}. K těmto faktorům lze pomocí shlukové analýzy přiřadit hospodářský stav regionu {7} a možnosti využití volného času {16}.

- Za poněkud rozmanitější lze charakterizovat shluk, v rámci kterého byla nejbližše hodnocena tradice a historie lokality {3} spolu se zázemím města {4}, se kterými byla nalezena shoda v hodnocení překvapivě s geografickou blízkostí zákazníků {15}.
- Podobné hodnocení lze zaznamenat také v rámci tzv. „**shluku veřejného sektoru**“, kde byla shoda nalezena u výše daní a poplatků {10} a ekologických požadavků {11}, se kterými souvisí spolupráce se státní správou {6}.
- Disponibilita nebytovými a kancelářskými prostory {8} byla v rámci tzv. „**prostorového shluku**“ hodnocena obdobně jako cena ploch a budov {9}. K těmto dvěma faktorům týkajícím se nabídky nemovitostí v dané oblasti lze překvapivě přiřadit také třetí obdobně hodnocený faktor dostupnost informačních a komunikačních technologií {12}.
- Do sedmého tzv. „**konkurenčního shluku**“ lze na základě shody v hodnocení zařadit přítomnost zahraničních firem {13}, geografickou blízkost konkurence {17}, možnost spolupráce s konkurencí {20} či blízkost jiných závodů stejného podniku {21}.
- „**Dodavatelský shluk**“ s vyšší vzdáleností tvoří faktory geografická blízkost dodavatelů {18}, kterou oslovení respondenti hodnotili shodně s blízkostí doplňkových služeb {19}.
- Součástí tzv. „**pracovního shluku**“ je mentalita zaměstnanců {22}, která je úzce spojena s dostupností kvalifikovaných lidských zdrojů {23}. K těmto dvěma identicky hodnoceným faktorům lze přiřadit také třetí ze skupiny – cenu práce {24}.
- „**Dopravní shluk**“ tvoří stav dopravní infrastruktury {25} a náklady na dopravu {26}. Tyto dva lokalizační faktory lze považovat za respondenty identicky hodnocené.



Obr. 34: Shluková analýza lokalizačních faktorů dle hodnocení jednotlivými respondenty
Zdroj: vlastní zpracování

Vzájemná propojenost jednotlivých shluků je znázorněna v tab. 14, ze které lze kromě vzdáleností, definovat také předchozí a následující stupně. Pokud jsou u shluku uvedeny nulové hodnoty u předcházejících a následujících stupňů, lze daný shluk považovat za samostatnou jednotku. Jednotlivé takto definované shluky se přitom liší vzdáleností. Z obr. 34 i z tab. 14 lze tak na první pohled vyčíst nejbližší vzdálenost u **dvoufaktorových shluků** v rámci tzv. dopravního shluku {25 a 26}. Analogickou situaci avšak s odlišnou vzdáleností lze spatřit také u tzv. dodavatelského shluku {18 a 19} a u skupiny shlukující kvalitu úřadu práce {1} a dostupnost výzkumných zařízení {5}.

U třífaktorových shluků je na první pohled zřejmé nejbližší hodnocení faktorů 22 a 23 (mentalita práce a dostupnost kvalifikovaných lidských zdrojů). K těmto lokalizačním faktorům je v rámci pracovního shluku se třetí nejnížší vzdáleností přidružena také cena práce. Obdobně lze situaci popsat také v rámci tzv. rozmanitého shluku, ve kterém je možné spatřit nejnížší vzdálenost u zázemí města {4} a tradice a historie lokality {3}, která

navíc sdružuje také geografickou blízkost zákazníků {15}. Analogická situace je pro shluk veřejného sektoru.

Dále lze vymezit dva tzv. **vícefaktorové shluky**, v rámci nichž dochází k odlišnému způsobu vzájemného sdružení. U tzv. regionálního shluku lze nejnižší vzdálenost spatřit u stupně 9, v rámci něhož jsou sdruženy faktory kvalita a atraktivita {2} spolu s image regionu {14}. Kvalitu a atraktivitu lze přitom chápat jako klíčový faktor daného shluku, jelikož v dalším stupni tohoto shluku je k tomuto faktoru přidružen hospodářský stav regionu {7} a ve třetím využití volného času {16}, kde je vzdálenost oproti image dvojnásobná.

Odlišnou situaci lze spatřit u tzv. konkurenčního shluku, který již neobsahuje jeden klíčový faktor, ale jednotlivé faktory na sebe navzájem navazují. Nejnižší vzdálenost je zde mezi blízkostí jiného závodu stejného podniku {21} a možností spolupráce s konkurencí {20}, na kterou navazuje v rámci stupně 11 geografická blízkost konkurence {20}. Na geografickou blízkost konkurence v rámci posledního stupně v tab. 14 navazuje přítomnost zahraničních firem.

Tab. 14: Vzájemné propojení jednotlivých shluků

Stupeň	Kombinace		Vzdálenost	Předcházející stupeň		Další stupeň
	Shluk 1	Shluk 2		Shluk 1	Shluk 2	
1	22	23	6,293	0	0	3
2	25	26	13,404	0	0	0
3	22	24	21,278	1	0	0
4	18	19	29,392	0	0	0
5	3	4	38,081	0	0	12
6	20	21	46,851	0	0	11
7	8	9	55,769	0	0	14
8	10	11	64,833	0	0	13
9	2	14	74,037	0	0	10

Stupeň	Kombinace		Vzdálenost	Předcházející stupeň		Další stupeň
	Klastr 1	Klastr 2		Klastr 1	Klastr 2	
10	2	7	83,582	9	0	16
11	17	20	93,209	0	6	17
12	3	15	103,023	5	0	0
13	6	10	112,839	0	8	0
14	8	12	122,934	7	0	0
15	1	5	133,226	0	0	0
16	2	16	144,027	10	0	0
17	13	17	155	0	11	0

Zdroj: vlastní zpracování

6.9 DALŠÍ IDENTIFIKOVANÉ PROSTOROVÉ LOKALIZAČNÍ FAKTORY

Zkoumané faktory byly vybrány po provedení literární rešerše dosavadních lokalizačních teorií. V další fázi výzkumného postupu byly dále odhaleny faktory, které v současnosti lokalizační rozhodování výrazně ovlivňují, avšak v rámci dosavadních lokalizačních teorií se na ně příliš nepoukazuje. Všechny faktory vymezené v rámci této kapitoly přitom úzce souvisejí s prostorem v daném regionu.

6.9.1 Inkubátory a vědecko-technické parky (VTP)

Cílem projektů zaměřených na zakládání inkubátorů a VTP je vytvořit podmínky vhodné pro zakládání a rozvoj inovativních firem. Velkou výhodou a prostředkem pro podporu MSP je nejen užší spolupráce s ostatními organizacemi a snazší navázání mezinárodní spolupráce, ale také zvýhodněná cena nájemného, které, jak vyplynulo z výše popisovaného výzkumu, považuje drtivá většina společností za důležitý lokalizační faktor. V těchto centrech je také garantován další ze zkoumaných faktorů – kvalitní technická infrastruktura.

VTP jsou v současnosti chápány jako instituce integrované s místním a regionálním rozvojem dané oblasti, jejichž úkolem je zavádění a šíření inovací.

6.9.2 Blízkost inovačních center

Jedná se o vědecko-technické parky, které navíc plní podmínky charty European Business and Innovative Centre Network. Tato centra poskytují komplexní služby nově začínajícím firmám a v ČR existuje pět takovýchto center.

6.9.3 Územně analytické podklady

Problematicke územního plánování nebyla doposud v rámci lokalizačních teorií věnována dostatečná pozornost, přestože tato problematika může být v mnoha případech pro lokalizaci zásadní. Územní plán a ÚAP mohou být klíčové především v situacích:

- **Rozšíření výroby** – nedůsledné prozkoumání výše zmíněných dokumentů může v budoucnosti vést k omezení rozšíření výroby v daném území.³⁷
- **Budoucí koncentrace zákazníků** – územní plán by neměl být zkoumán pouze v případě výstavby nového podniku, ale z územního plánu³⁸ lze také vyčíst, které subjekty by mohly stavět v sousedství či na jaké činnosti se chce daná oblast zaměřit.

Z údajů uvedených v rámci ÚAP lze analyzovat především potenciál daného území. ÚAP odráží například historii dané oblasti, nabídku ploch a budov...

³⁷ Jako příklad lze zmínit VÚTS v Liberci.

³⁸ Je však třeba si uvědomit, že územní plán vytváří pouze PŘEDPOKLADY pro výstavbu a to znamená, že zastavitelný pozemek automaticky nezaručuje, že na něm vždy půjde stavět (Statutární město Liberec, kolem 2011).

6.9.4 Územní plán

Územní plán je třeba analyzovat před zpracováním podnikové strategie. V rámci územního plánu lze zjistit konkrétní koncepci rozvoje města, která v sobě zohledňuje také rozvojové programy. Dále je možné z ÚP odhadnout stabilitu území a budoucí plány města v souvislosti s jednotlivými odvětvími. Jedním z cílů ÚP města Liberec je například *„nadále územně podporovat rozvoj zpracovatelského průmyslu, který bude i přes dílčí hospodářské výkyvy jedním z impulzů migračního růstu města“* (Plašil a kol., 2010).

Většina zkoumaných lokalizačních faktorů je obsažena jak v ÚP tak v ÚAP. Jako příklad lze uvést infrastrukturu, jejíž budoucí výhled i současná situace jsou obsahem obou výše zmíněných podkladů. Z ÚP lze dále vyčíst, které konkrétní silnice mají být v daném území nově vybudovány či zlepšeny, s čímž souvisí nejen stav dopravní infrastruktury, ale také náklady na dopravu.

Ve vztahu k pracovním lokalizačním faktorům lze z výše uvedených podkladů zjistit míru vzdělanosti daného území, s čímž úzce souvisí nejen lokalizační faktor dostupnost kvalifikovaných lidských zdrojů, ale také cena práce a částečně i mentalita zaměstnanců.

Uvedeným lokalizačním faktorům by měla být věnována pozornost především v rámci analýzy vnějšího prostředí, kterému není v případě starších lokalizačních teorií věnována dostatečná pozornost a jehož neznalost může mít na podnikatelskou činnost signifikantní negativní dopad.

7 PŘÍNOS PRO TEORII A PRAXI

Záměrem práce bylo pomocí dedukce a abstrakce nastínit možné strategie rozvoje malého a středního podnikání v daném regionu. Přínos předkládané práce spočívá ve formulaci návodů pro snazší rozhodování především při zakládání nového podniku, tzn. v situaci, kdy nemá podnikatel k dispozici dostatek informací o faktorech, které jeho podnikání ovlivňují. Dále může být práce nápomocná při zakládání nového závodu v rámci již existujícího podnikatelského subjektu. Jelikož podniky často v nejistých situacích imitují ostatní (Boschma a Frenken, 2004, s. 276), lze informace o lokalizaci získané managementem za dobu působnosti v oboru porovnat s lokalizačním rozhodováním konkurenčních podniků. Vliv lokalizačního rozhodování byl proto zkoumán z hlediska sestavování podnikatelského plánu a ze získaných poznatků vyplynul nejen podstatný vliv lokalizačního rozhodování na strategii podniku, ale také metodika implementace lokalizační strategie do jednotlivých částí podnikatelského plánu. Dalším možným přínosem této disertační práce je vytvoření uceleného přehledu stěžejních lokalizačních teorií a klasifikace lokalizačních faktorů. Práce může rovněž sloužit jako metodický materiál pro provádění výzkumů obdobného charakteru. Z toho důvodu je v kapitole Metodická východiska podrobněji popsán postup výzkumu od vymezení základního a výběrového souboru až po použité metody zkoumání.

Výsledky výzkumu lze kromě malých a středních podniků využít také při sestavování regionální strategie rozvoje podnikatelského prostředí v krajích ČR, které tak mohou lépe akcentovat faktory ovlivňující výběr místa podnikání subjektů, které chce kraj do svého regionu přilákat. Disertační práce si kladla za záměr zodpovědět otázku „*na jaké faktory se má obec zaměřit, aby přilákala podniky určitého odvětví či velikosti?*“ Po podrobné analýze vnějšího okolí v daném regionu a odhalení jeho silných a slabých stránek, je možné zacílit strategii konkurenceschopnosti přímo specifickým podmínkám daného regionu. Z obecně platných trendů totiž plyne závěr, že jedním ze základních stimulů regionálního rozvoje a snížení nezaměstnanosti je podpora cíleného zakládání nových podnikatelských subjektů. Pokud tedy například Liberecký kraj ve své Strategii udržitelného rozvoje usiluje o rozšíření spektra odvětví průmyslu do roku 2020, přičemž usiluje o příchod spíše větších firem, které dle jeho názoru dopomohou ke snížení nezaměstnanosti a k zvýšení kupní síly,

pak by se měl zaměřit na lokalizační faktory, u kterých byla prokázána závislost na velikosti podniku.

Mezi opatření přijatá městem Liberec s cílem zvýšit atraktivitu pro zpracovatelský průmysl patří:

- připravit a realizovat systém investičních pobídek;
- prosadit přijetí změn zákonů pro usnadnění registrace nových ekonomických subjektů podnikajících ve zpracovatelském průmyslu;
- prosadit přijetí systémových změn zákonů vedoucích ke zjednodušení procesu daňových odvodů FO a PO ve zpracovatelském průmyslu;
- zajistit efektivní prosazování požadavků právních předpisů ustavujících podmínky volné soutěže v praxi;
- využívat územně analytické podklady ve smyslu připravovaného nového stavebního zákona;
- podpořit spolupráci mezi podnikatelskými subjekty a Technickou univerzitou Liberec pro rozvoj inovativního prostředí, výzkumu a vývoje;
- zajistit, aby počet nově vzniklých pracovních příležitostí korespondoval s poptávkou obyvatel trvale bydlících na území Libereckého kraje (Ústav pro ekopolitiku, 2005).

Stejně jako v případě Strategie udržitelného rozvoje, jejímž cílem je zvýšení podílu MSP na celkovém HDP Libereckého kraje, jsou i zde uvedena pouze obecná opatření. Vzhledem k výsledkům výzkumu by však stálo za úvahu prozkoumat, do jaké míry je Liberecký kraj kvalitním a atraktivním územím pro zpracovatelský průmysl, v jakých oblastech existuje prostor pro zlepšení a jaká nápravná opatření je třeba přijmout. Přestože lokalizační teorie nepředstavují v současnosti těžiště témat ekonomických diskuzí, je třeba lokalizačním faktorům a jejich vlivu na rozhodování podniků věnovat pozornost.

ZÁVĚR

Lokalizační teorie se neustále mění, vyvíjejí, odhalují nové faktory, které firmy při svém umístění zvažují, a snaží se o komplexnější pochopení problematiky, což byl také hlavní cíl provedeného výzkumu. Základním rysem novodobých teorií je skutečnost, že více reflektují realitu a tím se oprostují od nereálných předpokladů. Hlavním nedostatkem většiny lokalizačních teorií jsou právě těžko splnitelné předpoklady a jejich statické pojetí. Nevýhodou teorií zabývajících se lokalizací ekonomických subjektů jsou především nestálé podmínky a relativně omezený počet tvrdých faktorů, jež se stávají stále více ubikvitními. V minulosti, v dobách kdy převládala těžba surovin, těžký průmysl a zemědělství, byl v teoriích lokalizace kladen důraz především na optimalizaci transakčních nákladů a na lokalizační faktor vzdálenosti od výrobních faktorů a odbytového trhu a s tím související náklady na dopravu. Z logiky věci vyplývá, že toto pojetí lokalizačních faktorů nebude stejné pro dynamicky se rozvíjející hi-tech odvětví, kde mít přístup k surovinám nemá téměř žádný význam.

Posouzení významu zkoumaných lokalizačních faktorů dle jednotlivých ekonomických odvětví mělo za cíl odhalit jak prostorově neutrální odvětví a naopak lokalizačně náročná odvětví, na která by se měla strategie rozvoje regionu zaměřit pro zvýšení jeho konkurenceschopnosti. Základním východiskem správného výběru lokality pro daný investiční segment je totiž porovnání potřeb a priorit investorů se specifiky a přednostmi sledovaného území (Královehradecký kraj, 2009).

Kromě zvýšení konkurenceschopnosti regionu mohou výsledky daného výzkumu posloužit také firmám, které v disertační práci naleznou lokalizační faktory ovlivňující jejich konkurenty či firmy doplňkových služeb nutné pro jejich podnikání. Jedním z klíčových problémů MSP je totiž skutečnost, že podniky často volí nevhodné umístění, bez předchozí studie a tak často rozhodnou dle nejjednoduššího kritéria, jakým je např. blízkost k bydlišti či náklady na pronájem prostor. Díky tomu se lokalizace MSP velmi odlišuje od výběru lokalizace velkých organizací, což potvrdila také verifikace hypotézy o závislosti hodnocení faktoru na velikosti podniku u veličin:

- kvalita úřadů práce;

- dostupnost a kvalita výzkumných zařízení;
- spolupráce se státní správou;
- ekologické požadavky, podmínky a standardy;
- geografická blízkost zákazníků;
- geografická blízkost dodavatelů;
- blízkost jiných závodů stejného podniku;
- mentalita zaměstnanců;
- cena práce.

U osmi z výše zkoumaných faktorů bylo dále možno přijmout závěr, že hodnocení přímo úměrně záviselo na velikosti podniku. Pouze u faktoru mentalita zaměstnanců byla zjištěna nepřímá úměrná závislost, tzn. čím menší podnik, tím vyšší hodnocení faktoru.

Kromě verifikace hypotézy o závislosti hodnocení zkoumaných faktorů na velikosti podniku byla rovněž zjišťována závislost hodnocení faktoru na druhu ekonomické činnosti. Z výsledků výzkumu vyplývá, že u následujících 11 zkoumaných faktorů byla tato závislost prokázána, tzn., u následujících lokalizačních faktorů existuje závislost mezi hodnocením faktoru a provozovanou ekonomickou činností:

- tradice a historie;
- kvalita a atraktivita území;
- ekologické požadavky, podmínky a standardy;
- výše daní a poplatků;
- cena ploch a budov;
- disponibilita nebytovými a kancelářskými prostory;
- využití volného času;
- image regionu;
- možnost spolupráce s konkurencí;
- dostupnost doplňkových služeb;
- náklady na dopravu.

U vybraných lokalizačních faktorů byla dále zkoumána závislost mezi hodnocením lokalizačních faktorů a atraktivitou regionu, kterou se však nepodařilo prokázat. Pomocí regresní analýzy se však podařilo prokázat shodu hodnocení významnosti faktorů mezi podniky sekundárního a terciárního sektoru. Prostřednictvím shlukové analýzy byla dále zkoumána vzájemná provázanost mezi hodnocením jednotlivých lokalizačních faktorů. Pokud například podnik usiluje o získání kvalifikované lidské síly, lze předpokládat, že bude stejnou měrou preferovat také mentalitu zaměstnanců a pravděpodobně identicky hodnotit také cenu pracovní síly.

Řada lokalizačních faktorů (ceny surovin, chování konkurence, atd.) má charakter faktorů rizika a nejistoty a jejich vývoj lze jen obtížně předvídat. Je proto potřeba si uvědomit, že dané faktory s sebou nemusí nést pouze rizika negativně ovlivňující chod podniku, ale také možné příležitosti. Jelikož každá podnikatelská činnost je spojena s určitou mírou rizika, je zřejmé, že výběr optimální lokalizace souvisí mimo jiné s přístupem daného podnikatele či investora k možnému riziku. Možná averze k riziku může v negativním smyslu ovlivnit výběr a být jednou z možných příčin neúspěchu podnikání.³⁹

Autorka si uvědomuje možné subjektivní nedostatky výzkumu, mezi které lze zařadit především individuální přístup jednotlivých respondentů a odlišné pochopení vah významnosti jednotlivých zkoumaných faktorů, díky kterému mohlo dojít k určitému zkreslení interpretace respondenty. Avšak jak uvádí Hodgson (1998, s. 173), matematické a statistické metody jsou vesměs pouze doplňkové a nejsou schopny vystihnout podstatu ekonomických teorií. Subjektivní pojetí, které si uvědomuje i Grabow, jeden z tvůrců klasifikace lokalizačních faktorů, je významné především u měkkých lokalizačních faktorů. Dalším omezením je fakt, že hodnotící škály mají povahu ordinálních proměnných a údaje byly analyzovány za celé ekonomické odvětví dle klasifikace CZ-NACE. Některé sekce klasifikace jsou však příliš rozsáhlé. Jako příklad lze uvést sekci S „ostatní činnosti“, jejíž struktura je značně heterogenní, a proto zpracované výsledky mají jen omezenou

³⁹ Mezi další možné příčiny neúspěchu lze zařadit například špatnou volbu předmětu podnikání, nevhodně vybrané zaměstnance či špatně zvolenou marketingovou strategii.

vypovídací schopnost. Pro důkladnější výzkum odvětví je nezbytné analýzu provádět opakovaně v delším časovém horizontu a případně i rozšířit vzorek respondentů.

Subjektivní pojetí významu lokalizačních faktorů a rozdílný přístup k lokalizaci mají signifikantní význam především při hodnocení lokalizačních faktorů velkých firem přicházejících ze zahraničí. Tyto společnosti ve většině případů neovlivňují faktory uvedené v této disertaci, ale například úprava zákona o investičních pobídkách, která vstoupila v platnost v červenci roku 2012. K dalším důležitým faktorům při rozhodování zahraničních investorů o lokalizaci kapitálu patří flexibilita státu a schopnost měnit investiční pobídky v reakci na nečekané změny podnikatelských podmínek (Hrdličková, 2012).

Vzhledem k úzkému okruhu oslovených respondentů a díky zaměření výzkumu pouze na domácí podmínky, skýtá téma značný potenciál pro navazující výzkum. Jedná se například o uskutečnění empirického šetření zahraničních podniků, které plánují svou investiční výstavbu v České republice. Mezi problémy tohoto výzkumu lze zařadit důvěrnost informací, kdy jednatele a majitelé nemusí být zcela sdílní, jelikož lokalizace je často předmětem tajné firemní politiky. Jako klíčové se však jeví alespoň identifikování faktorů, které jsou zahraničními investory vnímány jako bariéry vstupu na český trh. V případě takto plánovaného výzkumu bude nutno vyřešit problém nejen v oslovení zahraničních firem, v nalezení kompetentních osob, ale také v nalezení potenciálních respondentů. Za podmínek zvýšené opatrnosti a trpělivosti a vzhledem k potenciálu získání cenných poznatků, lze v budoucnosti doporučit realizaci takového výzkumu. Pro realizaci uvedeného projektu a pro získání komplexních dat bude nutná participace jak významných subjektů podnikatelského prostředí tak také místních samospráv. Další možné téma výzkumu v oblasti lokalizačních teorií se tedy týká obcí a identifikace jejich jednotlivých kroků, které podnikají pro přilákání nových ekonomických subjektů.

SEZNAM CITACÍ

AIDIS, R. and A. SAUKA. 2005. Entrepreneurship in a Changing Environment: Analyzing the Impact of Transition _Stages on SME Development. „*Challenges in entrepreneurship and SME Research*“. Turku: European Council for Small Business and Entrepreneurship.

BLAŽEK, J. a D. UHLÍŘ. 2002. *Teorie regionálního rozvoje: nástin, kritika, klasifikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2002. ISBN 80-246-0384.

BEDNÁROVÁ, L. 2011. Regionální disparity a cestovní ruch. In: VONDROVÁ, V. a P. PONIKELSKÝ, eds. *Sborník příspěvků z vědecké konference s mezinárodní účastí: Nová témata v řešení socioekonomického rozvoje regionů*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola regionálního rozvoje, 2011, s. 14 – 19. ISBN 978-80-87174-02-9.

BERLE, A. A. and G. MEANS. 1932. *The Modern Corporation and Private Property*. New York: Macmillan, 1932.

BEYERS, W. B. 1994. Producer Services in Urban and Rural Areas: Contrasts in Competitiveness, Trade and Development. In: *Regional Science Meeting*. Ontario, 1994.

BOSCHMA, A. R. and G. J. LAMBOOY. 1999. Evolutionary economics and economic geography. *Journal of Evolutionary Economics*. 1999, vol. 9, iss. 4, pp. 411 – 429. ISSN 1432-1386.

BOSCHMA, R. A. and K. FRENKEN. 2004. Why is Economic Geography not an Evolutionary Science? *Journal of Economic Geography*. 2004, vol. 6, iss. 3, pp. 273 – 302. ISSN 1468-2710.

BRITTON, J. and M. GERTLER. 1986. Locational Perspectives on Policies for Innovation. In: J. DERMER, ed. *Competitiveness through Technology*, Toronto: Faculty of Administrative Studies. ISBN 0669116041.

CAPELLO, R. 2007. Regional economics in its 1950s: recent theoretical directions and future challenges. *The Annals of Regional Science*. 2007, vol. 42, iss. 4, pp. 747 – 767. ISSN 1432-0592.

CHAN, Y. and R. P. WALMSLEY. 1997. Learning and Understanding the Kruskal-Wallis One-Way Analysis-of-Variance-by-Ranks Test for Differences Among Three or More Independent Groups. *Physical Therapy*. 1997, vol. 77, iss. 12, pp. 1755 – 1761. ISSN 1538-6724.

COFFEY, W. J. and M. POLES. 1989. Producer Services and Regional Development: A policy-oriented perspective. *Regional Science*. 1989, vol. 67, iss. 1, pp. 13 – 27. ISSN 1056-8190.

COMMONS, J. R. 1936. Institutional economics. *The American Economic Review*. 1936, vol. 26, iss. 1, The Forty-Eighth Annual Meeting of the American Economic Association. ISSN 0002-8282

COOKE, P. and L. LAZZERETTI. 2007. *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2007. ISBN 1847202683.

CYHELSKÝ, L., J. KAHOUNOVÁ a R. HINDLS. 1996. *Elementární statistická analýza*. 1. vyd. Praha: MANAGEMENT PRESS, 1996. ISBN 80-85943-18-2.

ČADIL, J. 2010. *Regionální ekonomie. Teorie a aplikace*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-191-8.26.

ČERMÁK, V. a M. VRABEC. 1999. *Teorie výběrových šetření*, 1. vyd. Praha: VŠE v Praze, 1999. ISBN 80-7079-191-8.

DAMBORSKÝ, M. a R. WOKOUN. 2010. Lokalizační faktory malého a středního podnikání v podmínkách ekonomiky ČR. *E+M Ekonomie a Management*. 2010, roč. 13, č. 2, s. 32 – 43. ISSN 1212-3609.

DEAVERS, K. L. 1992. *The Role of Rural America in the U. S. Economy and the National Rural Policy Debate*. Gaithersburg: DIANE Publishing, 1992.

DUNNING, J. H. 1998. Location and the multinational enterprise: A neglected factor? *Journal of International Business Studies*. 1998, vol. 29, iss. 1, pp. 45 – 66. ISSN 1478-6990.

DUNNING, J. H. 2002. *Regions, globalization and the knowledge-based Economy*. 1st ed. Oxford: Oxford University Press, 2002. ISBN 0-19-925-0001-4.

FLORIDA, R. 2002. *The Rise of the Creative Class and how ITL transofrming work, lemure, community & every day life*. New York: Basis Books, 2002.

FOTR, J. a I. SOUČEK. 2005. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. ISBN 80-247-0939-2.

FRKOVÁ, J. 2006. *Malé a střední podnikání (MSP) v ČR po vstupu do EU – hrozby a příležitosti*. Praha: ČVUT, 2006. ISBN 80-01-03627-8.

FROMHOLD-EISEBITH, M. 1995. Das „kreative Milieu“ als Motor Regionalwirtschaftlicher Entwicklung. Forschungstrends und Erfassungsmöglichkeiten. *Geographische Zeitschrift*. 1995, vol. 83, iss. 1, pp. 30 – 47. ISSN 0016-7479.

GRABOW, B. und B. HOLLBACH-GROMIG. 1995. *Weiche Standortfaktoren. Schriften des Deutschen Institut für Urbanistik Band, 89*. Stuttgart-Berlin-Köln: Dt. Gemeindeverlag, 1995.

HACK, G. D. 1992. *Telecommunications: Making the Site Selection Connection*. Area Development, 1992.

HASPROVÁ, O., H. JÁČOVÁ a J. SYROVÁTKOVÁ. 2009. *Ekonomické činnosti obcí jako faktor regionálních rozdílů*. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2009. ISBN 978-80-7372-555-6.

HEBÁK, P. a kol. 2007. *Vícerozměrné statistické metody*. 2. vydání. Praha: Informatorium, 2007. ISBN 978-80-7333-001-9.

HLAVÁČEK, P. 2009. The foreign direct investments in the Ústí region: Theory, actors and space differentiation. *E+M Ekonomie a Management*. 2009, roč. 12, č. 4, s. 13 – 27. ISSN 1212-3609.

HODGSON, G. M. 1998. The approach of insitutional economics. *Journal of Economic Literature*. Cambridge University Press. 1998, vol. 36, iss. 1, pp. 166 – 192. ISSN 0022-0515.

HOLMAN, R. a kol. 2001. *Dějiny ekonomického myšlení*. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2001. ISBN 80-7179-631-X.

HOTTELING, H. 1929. Stability in competition. *Economic Journal*. 1929, vol. 39, pp. 41 – 57.

HUČKA, M. 2001. *Strukturální politika a její regionalizace*. 1. vyd. Ostrava: Repronis, 2001. ISBN 80-86122-90-5.

HUGGINS, R. 2003. Creating a UK Competitiveness index: Regional and local benchmarking. *Regional Studies*. 2003, vol. 37, p. 89 – 96. ISSN 0034-3404.

ISARD, W. 1956. *Location and space-economy*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology, 1956.

IVANIČKA, K. 1971. *Úvod do ekonomicko-geografického výskumu*, 1. vyd. Bratislava: Slovenska akadémia vied, 1971.

IVANIČKA, K. 1987. *Základy teórie a metodológie socioekonomickej geografie*. 2. vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1987.

JÁČ, I., P. RYDVALOVÁ a M. ŽIŽKA. 2005. *Inovace v malém a středním podnikání*. 1.vyd. Brno: Computer Press, 2005. ISBN 80-251-0853-8.

JEŽEK, J. 1998. *Prostorová a regionální ekonomika*. 1. vyd. Plzeň: Vydavatelství Západočeské univerzity, 1998. ISBN 80-7082-483-2.

JIRÁSKOVÁ, E. 2011a. *Faktory lokalizace malých a středních podniků v České republice*. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2011. ISBN 978-80-7372-782-6.

JIRÁSKOVÁ, E. 2011b. Průběh počáteční fáze výzkumného projektu analyzujícího významnost lokalizačních faktorů firem. In: HITTMÁR, Š. ed., *Zborník vedeckých prác doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov*. 1. vyd. Žilina: Žilinská univerzita v Žiline, 2011, s. 103 – 108. ISBN 978-80-554-0400-4.

KADERÁBKOVÁ, J. aj. 1996. *Úvod do regionálních a správních věd*. 1. vyd. Český Těšín: FINIDR, 1996. ISBN 80-85963-18-3.

KOLEKTIV autorů. 2004. *Úvod do regionálních věd a veřejné správy*. 4. vyd. Plzeň: Vydavatelství Aleš Čeněk, 2004. ISBN 80-86473-80-5.

KOŽÍŠEK, J., B. STIEBEROVÁ a L. VANIŠ. 2008. *Statistická a rozhodovací analýza*, 1. vyd. Praha: ČVUT, 2008. ISBN 978-80-01-04209-0.

KRATOCHVÍL, O. a J. KAVKA. 2011. *Strategy management*. 1. vyd. Kunovice: Evropský polytechnický institut, 2011. ISBN 978-80-7314-203-2.

KRUGMAN, P. 1990. Increasing returns and economic geography. *Journal of Political economy*. 1990, vol. 99, iss. 3, pp. 483 – 499. ISSN 0022-3808.

KRUGMAN, P. and M. OBSTFELD. 2009. *International Economics: Theory & Policy*. 8th ed. Pearson: Addison Wesley, 2009. ISBN-13: 978-0-321-55398-0.

KUBÁLKOVÁ, M. 2006. *Model stádií růstu malých a středních podniků*. [Závěrečná zpráva z výzkumu]. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2006.

- KUPKE, V. and J. PEARCE. 1998. Changing industrial location and site preferences for small business: a south Australian case study. In: *Pacific-Rim Real Estate Society Fourth Annual Conference*. Perth: Western Australia, 1998.
- LHOTSKÝ, J. 2010. *Strategický management – Jak zajistit budoucí úspěch podniku*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-3295-1.
- LÖSCH, A. 1978. *The Economics of Location*. 7th ed. USA: The Murray Printing Company, 1978. ISBN 0-300-00727-2.
- LÖSTER, T. 2011. *Hodnocení výsledků metod shlukové analýzy*. Praha, 2011. Disertační práce (Ph.D.). Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta informatiky a statistiky.
- MAIER, K. a V. ŘEZÁČ. 1994. *Ekonomie území: urbanistická ekonomie a územní rozvoj*. 1. vyd. Praha: ČVUT, 1994. ISBN 80-01-012110-7.
- MAIER, G. a F. TÖDLING. 1997. *Regionálna a urbanistická ekonomika: Teória lokalizácie a priestorová štruktúra*. 1. vyd. Bratislava: Elita, 1997. ISBN 80-8044-044-1.
- MAIER, K. a J. ČTYŘOKÝ. 2000. *Ekonomika územního rozvoje*, 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2000. ISBN 80-7169-644-7.
- MAIER, K., O. MULÍČEK a D. FANKE. 2010. Vývoj regionalizace a vliv infrastruktur na atraktivitu území České republiky ČR. *Urbanismus a územní rozvoj*. 2010, roč. 13, č. 5. s. 71 – 82. ISSN 1212-0855.
- MALECKI, E. J. 1996. Telecommunications technology and American rural development in the 21st century. In: *OTA Follow up conference report*. Kentucky: University of Kentucky, 1996.
- MARRI, H., Z. IRANI and A. GUNESEKARAN. 2007. Advanced Manufacturing Technology Implementation in SMEs: A Framework of Justification Criteria. *International Journal of Electronic Business*. 2007, vol. 5, iss. 2, pp. 124 – 140. ISSN 1741-5063.

MARTIN, R. 1999. The new „geographical turn“ in economics: some critical reflections. *Cambridge Journal of Economics*. 1999, vol. 23, iss. 1, pp. 65 – 91. ISSN 1464-3545.

MATOUŠKOVÁ, Z., aj. 2000. *Regionální a municipální ekonomika*. Praha: VŠE, 2000. ISBN 80-245-0052-3.

MUGLER, J. 1997. *Podnikové hospodářství malých a středních podniků I*. 1. vyd. Plzeň: Západočeská univerzita, 1997. ISBN 80-7082-340-2.

MUGLER, J. 1998. *Betriebswirtschaftslehre der Klein- und Mittelbetriebe*. Wien, New York: Springer, 1998. ISBN 3-211-83198-3.

NELSON, R. R. and S. G. WINTER, S. G. 1982. *An Evolutionary Theory of Economic Change*. USA: Cambridge, 1982. ISBN 0-674-27228-5.

PARRA-FRUTOS, I. 2009. The behaviour of the modified Levene's test when data are not normally distributed. *Computational Statistics*. Springer-Verlag. 2009, vol. 24, iss. 4, pp. 671 – 693. ISSN 0943-4062.

PORTER, M. E. 2000. Location, Competition and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. *Economic Development Quarterly*. 2000, vol. 14, iss. 1, pp. 15 – 34. ISSN 1552-3543.

RYDVALOVÁ, P. 1999. *Drobné podnikání*. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 1999. ISBN 80-7083-325-4.

RUMPEL, P., O. SLACH a J. KOUTSKÝ. 2008. *Měkké faktory regionálního rozvoje*. 1. vyd. Ostrava: Repronis, 2008. ISBN 978-80-7368-435-8.

ŘEZANKOVÁ, H. 2011. *Analýza dat z dotazníkových šetření*. 3. vyd. Praha: Professional Publishing, 2011. ISBN 978-80-7431-062-1.

SALOMON, I. 1988. Geographical Variations in Telecommunications Systems: The implications for Location of Activities. *Dordrecht: Kluwer Academic Publishers*. 1988, vol. 14, iss. 4, pp. 311 – 327. ISSN 1573-7195.

SAWHNEY, H. 1993. Rural Telephony, Small Businesses and Regional Development. *Entrepreneurship & Regional Development*. 1993, vol. 5, iss. 2, pp. 141 – 154. ISSN 1464-5114.

SKOKAN, K. 2004. *Konkurenceschopnost, inovace a klastry v regionálním rozvoji*. 1. vyd. Ostrava: Repronis, 2004. ISBN 80-7329-059-6.

SLACH, O., P. RUMPEL a J. KOUTSKÝ. 2008. *Mění se význam tvrdých a měkkých faktorů rozvoje*. In: *SBORNÍK PŘÍSPĚVKŮ Z X. MEZINÁRODNÍHO KOLOKVIA O REGIONÁLNÍCH VĚDÁCH*. Brno: Masarykova univerzita, 2008, s. 15 – 24. ISBN 978-80-210-4625-2.

STAŇKOVÁ, A. 2007. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007. ISBN 978-80-7179-926-9.

STARZYCZNÁ, H. 2007. *Prostorová ekonomika*. 1. vyd. Opava: Slezská univerzita v Opavě, 2007. ISBN 978-80-7248-439-3.

ŠTĚPÁNEK, Z. 2003. Bariéry rozvoje podnikání ve starých průmyslových regionech (se zřetelem na trvale udržitelný rozvoj). In: NOVOTNÝ, V. ed., *K bariérám a možnostem rozvoje malého a středního podnikání*. 1. vyd. Ústí nad Labem: Universita J. E. Purkyně, 2003, s. 21 – 27. ISBN 80-7044-500-9.

ŠTREJTOVÁ, K. 2009. *Ekologické daně*. Brno, 2009. Diplomová práce. Právnická fakulta Masarykovy univerzity, Katedra finančního práva a národního hospodářství.

VARGHA, A. and H. D. DELANEY. 1998. The Kruskal-Wallis Test and Stochastic Homogeneity. *Journal of Educational and Behavioral Statistics*. 1998, vol. 23, iss. 2, pp. 170 – 192. ISSN 1935-1054.

VEBER, J., a kol. 2012. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4520-6.

VENABLE, T. 1993. Existing, Beefed-Up Infrastructure Lures Corporate Facilities. New location factors for mobile investment in Europe. *Site Selection*. 1993, vol. 38, iss. 4, pp. 884 – 887.

VITURKA M. a kol. 1998. *Investiční atraktivita vybraných měst České republiky*. 1. vyd. Brno: Vydavatelství MU, 1998. ISBN 80-210-2007-5.

VODÁČEK, L. a O. VODÁČKOVÁ. 2009. *Moderní management v teorii a praxi*. 2. vyd. Praha: Management Press, 2009. ISBN 978-80-7261-197-3.

Von THÜNEN, J. H. 1826. *Der Isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationalökonomie*. Hamburg: Puthes, 1826.

VOŠTA, M. 2008. Global ganges in energy localization with implications for the European region. In: BAAR, V. and T. SIWEK, eds. *Globalisation and its impact on localities*. 1st ed. Ostrava: University of Ostrava, 2008. ISBN 978-80-7368-452-5.

WASYLENKO, M. 1991. Empirical Evidence on Interregional Business Location Decisions and the Role of Fiscal Incentives in Economic Development. In: HERZOG, H. W., SCHLOTTMANN, A. M. eds., *Papers of a conference Industry location and public policy*. 1st ed. University of Tennessee, 1991, pp. 13 – 30. ISBN 0-87049-682-4.

WEBER, A. 1969. *Theory of the Location of Industrie*. University of Chicago, 1969.

WOKOUN, R. 2008. Regionální konkurenceschopnost a faktory regionálního rozvoje v ČR. In: KLÍMOVÁ, V. ed. *Sborník příspěvků z XI. mezinárodního kolokvia o regionálních vědách 2008*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2008, s. 24 – 32. ISBN 978-80-210-4625-2.

WOKOUN, R. a M. ČERVENÝ, aj. 2008. *Ekonomika v prostoru svět, střední Evropa, EU, OECD, ČR*. Praha: Linde, 2008. ISBN 978-80-7201-698-3.

European Communities, Netherlands Economic Institute in Cooperation with Ernst & Young, Brussel, Luxemburg 1993, 161 s.

Internetové zdroje

BRYSON, J., D. KEEBLE and P. WOOD. 1993. The creation, location and growth of small business service Firms in the United Kingdom. [online]. *The service industries journal*. 1993, vol. 13, iss. 2, pp. 118 – 131 [vid. 2012-09-15]. Dostupné z: <http://search.proquest.com/docview/203330713/abstract?accountid=17116>.

DHINGRA, T., T. SINGH, A. SINHA. 2009. Location strategy for competitiveness of special economic zones: A generic framework for India. [online]. *Competitiveness Review*. 2009, vol. 19, iss. 4, pp. 272 – 289. [vid. 2012-10-05]. Dostupné z: <http://search.proquest.com/docview/213038192/abstract/1399581E8E3177FAA4E/3?accountid=17116>.

DORBA, M. 2010. *Zpracování náhodného výběru – popisná statistika* [online]. Ostrava: VŠB: Technická univerzita v Ostravě, 2010 [vid. 2011-04-19]. Dostupné z: homel.vsb.cz/~dor028/KMORII_1.pdf.

GALBRAITH, C., C. RODRIGUEZ and A. DENOBLE. 2008. SME Competitive Strategy and Location Behavior: An Exploratory Study of High-Technology Manufacturing [online]. *Journal of Small Business Management*. 2008, vol. 46, iss. 2, pp. 183 – 202. [vid. 2012-10-05]. Dostupné z: <http://search.proquest.com/docview/220953752/1399581E8E3177FAA4E/1?accountid=17116>.

HE, C., Y. CHEN and Y. ZHOU. 2007. Locational distribution and spatial diffusion of foreign direct investments from Hongkong and Macao in mainland of China. [online]. *Chinese Geographical science*. 2007, vol. 7, iss. 4, pp. 328 – 338 [vid. 2011-09-28]. Dostupné z: <http://search.proquest.com/docview/204246003/1328520C1F46BDF746/1?accountid=1711>

HOOVER, E. 1948. *The Location of Economic Activity*. [online] New York: McGraw-Hill, 1948 [vid. 2011-12-07]. Dostupné z:

http://archive.org/stream/locationofeconom029874mbp/locationofeconom029874mbp_djvu.txt.

HRDLÍČKOVÁ, L. 2012. Investoři čekali na úpravu zákona o pobídkách. Do Česka jich teď mří více. [online]. *Hospodářské noviny*, 2012 [vid. 2011-11-19]. Dostupné z:

<http://byznys.ihned.cz/zpravodajstvi-cesko/c1-57838550-investori-cekali-na-upravu-zakona-o-pobidkach-do-ceska-jich-ted-miri-vice>.

JAKSCH, a kol. 2010. *Územně analytické podklady ORP Liberec*. [online] Magistrát města Liberec, 2010 [vid. 2011-12-12]. Dostupné z:

http://docs.liberec.cz/Odb_SU/%C3%9AAP%202010/Textov%C3%A1%20%C4%8D%C3%A1st%20%C3%9AAP%202010/PRURU.pdf.

JEŽKOVÁ, R. 2007. Regiony, města a konkurenceschopnost. [online] In: X.

MEZINÁRODNÍ KOLOKVIUM O REGIONÁLNÍCH VĚDÁCH. Brno. [vid. 2011-04-19].

Dostupné z: <http://is.muni.cz/do/1456/soubory/katedry/kres/4884317/sbornik2007.pdf>.

KARAKAYA, F. and C. CANEL. 1998. Underlying dimensions of business location decisions. [online]. *Industrial Management + Data Systems Competitiveness Review*. 1998, vol. 98, iss. 7, pp. 321 – 329. [vid. 2012-10-08]. Dostupné z:

<http://search.proquest.com/docview/234920824/abstract/139A5839531197F9A45/1?accountid=17116>.

LECHENKO, R. 2003. *Does place still matter? Accounting for Income Variation Across American Indian Tribal Areas*. [online]. *Economic Geography*. 2003, vol. 79, iss. 4, pp. 365 – 386 [vid. 2011-09-28]. Dostupné z:

<http://search.proquest.com/docview/235594797/1325856D250686DC073/1?accountid=17116>.

MAZZAROL, T. and CHOO, S. 2003. A study of the factors influencing the operating location decisions of small firms. [online]. *Property management*. 2003, vol. 21, iss. 2, pp. 190 – 208 [vid. 2012-09-15]. Dostupné z: <http://search.proquest.com/docview/213302163/abstract/1396210C8BC65B3E01F/27?accountid=17116>.

PECÁK, R. 2011. *Takto se v Číně dělají Škodovky. Antény na ně nemontují*. [online]. Aktuálně.cz, 2011 [vid. 2011-10-01]. Dostupné z: <http://auto.aktualne.centrum.cz/clanek.phtml?id=698069>.

PIOCH, E. and J. BYROM. 2004. Small independent detail firms and locational decision-making: outdoor leisure retailing by the crags. [online]. *Journal of small business and enterprise development*. 2004, vol. 11, iss. 2, pp. 222 – 232 [vid. 2011-09-28]. Dostupné z: <http://search.proquest.com/docview/219316244/1325854A87F1AB0C70/6?accountid=17116>.

PLAŠIL, J. a kol. 2010. *Územní plán Liberec – koncept*. [online]. Magistrát města Liberec, 2010 [vid. 2012-12-10]. Dostupné z: http://docs.liberec.cz/Odb_HA/web/textova_cast/Liberec_UPKO_NAVRH.pdf.

PONIKELSKÝ, P., Z. KOŠTEJNOVÁ a V. KUPKA. 2008. *Ekonomika municipalit a regionů* [online]. Praha: VŠRR, 2008 [vid. 2011-08-19]. Dostupné z: <http://www.vsrr.cz/reg/kestazeni/emr2.pdf>.

SASS, M. 2010. Foreign direct investments and relocations in business services – what are the locational factors? The case of Hungary. [online]. *Cuadernos de Relaciones Laborales*. 2010, vol. 28, iss. 1, pp. 45 – 63 [vid. 2011-07-15]. Dostupné z: <http://search.proquest.com/docview/734616383/132584BA2AE2E8C407C/1?accountid=1711>.

SCHMIEMANN, M. 2008. Enterprises by size class - overview of SMEs in the EU [online]. Eurostat, Statistic in Focus, 2008 [vid. 2011-11-26]. Dostupné z: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-08-031/EN/KS-SF-08-031-EN.PDF.

SCOTT, J. and B. DUNKELBERG. 2006. Convenient Location Most Important Bank Characteristic According To Small-Business Owners [online]. *Business Credit*. 2006, vol. 108, iss. 8 [vid. 2012-09-15]. Dostupné z: <http://search.proquest.com/docview/230149825/abstract/1396210C8BC65B3E01F/1?accountid=17116>.

SIMANGO, CH. 1993. Strategic locational factors influencing foreign investment. [online]. *European Business Review*. 1993, vol. 98, iss. 4 [vid. 2011-09-28]. Dostupné z: <http://search.proquest.com/docview/225428717/132584DF30818061CEC/1?accountid=17116>.

SVOBODOVÁ, L. 2007. *Co je rozhodující při volbě zaměstnání?* [online]. Praha: Výzkumný ústav bezpečnosti práce, 2007 [vid. 2011-04-19]. Dostupné z: http://kvalitazivota.vubp.cz/bulletin/bulletin_2.pdf.

ŠVARCOVÁ, J. 2004. *Konkurence a spolupráce tržních subjektů v ČR* [online]. Centrum pro rozvoj ekonomického vzdělávání, 2004 [vid. 2011-09-28]. Dostupné z: <http://www.ceed.cz/pruzkum.htm>.

TRAXLER, J. 2009. *Indie* [online]. Finmag, 2009 [vid. 2011-09-28]. Dostupné z: <http://www.finmag.cz/cs/finmag/ekonomika/indie/>.

UNCTAD INVESTMENT BRIEF. 2007. Stability, skilled labour and infrastructure top locational factors for foreign affiliates.[online]. *Yemen Times*. 2007, iss. 1113 [vid. 2011-09-28]. Dostupné z: <http://search.proquest.com/docview/429792134/13258504D28573CCE3E/1?accountid=17116>.

WOKOUN, R. et al. 2012. The Competitiveness of Regions in the EU. [online]. In: *ERSA 2012 Congress* [vid. 2012-12-10]. Dostupné z: <http://www.sre.wu.ac.at/ersa/ersaconfs/ersa12/e120821aFinal00790.pdf>.

WOKOUN, R., M. DAMBORSKÝ a G. ŘÍHOVÁ. 2009. *Využití ekonomicko-matematických metod pro výuku regionálního rozvoje* [online]. Praha: VŠE, 2009 [vid. 2011-08-12]. Dostupné z: <http://www.lokalizace.vse.cz/>.

Commission staff working document on the implementation of Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises [online]. European Commission, Brusel, 2009 [vid. 2011-11-05]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme_definition/sme_report_2009_en.pdf.

Územní plán Liberec – Koncept. [online]. Liberec: Magistrát města Liberec, červenec 2010 [vid. 2011-09-19]. Dostupné z: http://docs.liberec.cz/Odb_UK/web/textova_cast/Liberec_UPKO_NAVRH.pdf.

Doporučení pro obce a města: Obecní místní poplatky, daň z nemovitostí, poplatek za komunální odpad [online]. Ministerstvo vnitra ČR, Brno: Kancelář veřejného ochránce práv, 2009. [vid. 2011-09-19]. Dostupné z: www.mvcr.cz/odk2/soubor/edsp-obecni-dane-web-pdf.aspx.

Koncepce podpory malých a středních podnikatelů na období let 2014 – 2020. [online] Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2012 [vid. 2012-11-12]. Dostupné z: download.mpo.cz/get/45691/51536/587234/priloha002.pdf.

Malé a střední podnikání v ČR a jeho role ve společnosti. [online] ipodnikatel.cz, 2011 [vid. 2011-11-26]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/O-podnikani-obecne/role-maleho-a-stredniho-podnikani-ve-spolecnosti.html>.

Nařízení komise (ES) č. 800/2008 [online] Úřední věstník Evropské unie, 2008 [vid. 2011-11-26]. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:214:0003:0047:cs:PDF>.

Ochrana duševního vlastnictví: Význam ochrany duševního vlastnictví pro malé a střední podniky [online]. Enterprise Europe Network, 2009. [vid. 2011-09-22]. Dostupné z: <http://www.enterprise-europe-network.cz/projekty/ochrana-dusevniho-vlastnictvi/ochrana-dusevniho-vlastnictvi/>.

Open business model: Ekonomická spolupráce místo konkurence [online]. Velká epocha, 2011 [vid. 2011-09-28]. Dostupné z: <http://www.velkaepocha.sk/2009081110679/Open-business-model-Ekonomicka-spoluprace-misto-konkurence.html>.

Otázky a odpovědi: Program Spolupráce [online]. Praha: Czech Incest, 2012 [vid. 2011-09-22]. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/program-spoluprace>.

Panorama zpracovatelského průmyslu ČR 2009 [online]. Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2011 [vid 2011-06-20]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument84178.html>.

Přímé zahraniční investice za rok 2010 [online]. Praha: Česká národní banka, 2012 [vid 2013-01-11]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/miranda2/export/sites/www.cnb.cz/cs/statistika/platebni_bilance_stat/publikace_pb/pzi/PZI_2010_CZ.pdf.

Strategie udržitelného rozvoje Libereckého kraje 2006-2020 [online] Ústav pro ekopolitiku, 2005 [vid. 2012-10-25]. Dostupné z: <http://www.kraj-lbc.cz>.

Územní plán [online] Nový územní plán: Statutární město Liberec [vid. 2013-01-07]. Dostupné z: http://novyup.liberec.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=2&Itemid=3.

Vyhledávací studie pro výběr ploch pro lokalizaci průmyslových zón nebo území pro strategické služby v ČR region NUTS II Severovýchod [online]. Královehradecký kraj, 2009 [vid. 2011-12-12]. Dostupné z: <http://www.kr-kralovehradecky.cz/cz/rozvoj-kraje/rozvojove-dokumenty/navrhy-koncepci/vyhledavaci-studie-pro-vyber-ploch-pro-lokalizaci-prumyslovych-zon-nebo-uzemi-pro-strategicke-sluzby-v-cr-region-nuts-ii-severovychod-723/>.

Zákon 47/2002 Sb., ze dne 11. ledna 2002 o podpoře malého a středního podnikání a o změně zákona č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České republiky, ve znění pozdějších předpisů [online] Praha: MPO, 2004 [vid. 2011-11-26]. Dostupné z:

<http://download.mpo.cz%2Fget%2F26693%2F26792%2F296441%2Fpriloha001.pdf>.

Zákon o životním prostředí č. 17/1992 Sb. [online]. Praha: Ministerstvo životního prostředí ČR [vid. 2011-10-05]. Dostupné z:

<http://www.mzp.cz/www/platnalegislativa.nsf/d79c09c54250df0dc1256e8900296e32/5b17dd457274213ec12572f3002827de?OpenDocument>.

Bibliografie

ALONSO, W. *Location and Land Use*. Cambridge: Harvard University Press, 1964.

BECKMANN, M. *Location theory*. New York: Random House, 1968.

BRAKMAN S., H. GARRETSEN and C. MARREWIJK. *An Introduction to Geographical Economics*. 1st ed. UK: Cambridge University Press, 2001. ISBN 0-521-77039-4.

CHRISTALLER, W. *Central Places in Southern Germany*. New Jersey: Prentice Hall, 1966.

COAD, A. *Firm Growth: A Survey*. Paris: Documents de Travail du Centre d'Economie de la Sorbonne, 2007. ISSN 1955-611X.

ENGLÄNDER, O. *Theorie der Volkswirtschaft*. Wien: J. Springer, 1930.

FUJITA, M. et. *The spatial economy: Cities, regions and international trade*. Cambridge: MIT Press, 2001. ISBN 978-0262561471.

GREENHUT, M. *Plant Location in Theory and Practice*. Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press, 1959.

GRIMES, S. *Exploring the Potential of Telecommunications: Perspectives from the European Periphery*. London: Belhaven Press, 1993.

HEPWORTH, M. The geography of technological change in the information economy. *Regional Studies*. 1986, vol. 20, iss. 5. ISSN 0034-3404.

HIRSCHMAN, A. O. *The Strategy of Economic Development*. New Haven: Yale Univ. Press, 1958.

JONSON, G. a K. SCHOLES. *Cesty k úspěšnému podniku*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2000. ISBN 80-7226-220-3.

LEAVITT, H. J., et al. *The Organizational World: A Systematic View of Managers and Management*. New York: Hartcourt Brace Jovanovich, 1973.

LUKEŠ, M., *Malé a střední podniky v ČR a faktory jejich úspěchu* [online]. Praha: Vysoká škola ekonomická [vid. 2011-11-19]. Dostupné z: http://nb.vse.cz/~lukesm/PDFfiles/0d_Shrnu.pdf.

MORI, T., K. NISHIKIMI and E. T. SMITH. The Number-Average Size Rule: A New Empirical Relationship Between Industrial Location and City Size. *Journal of Regional Science*. 2008, vol. 48, iss. 1, pp. 165 – 211. ISSN 0022-4146.

MYRDAL, G. *Economic Theory and Under-developed Regions*. London: Gerald Duckwords, 1957.

NOVOTNÝ, J. a kol. *Činitelé podněcující a tlumící zakládání a rozvoj malých a středních podniků v České republice jako členské zemi Evropské unie*. 1. vyd. Plzeň: Aleš Čeněk, 2008. ISBN 978-80-7380-092-5.

OTYEPKA, M., P. BANÁŠ a E. OTYEPKOVÁ. *Základy zpracování dat*. [online]. Olomouc, Universita Palackého, 2007 [vid. 2011-01-19]. Dostupné z: <http://fch.upol.cz/skripta/zzd/chemo/chemo.pdf>.

PORTER, M. E. *Competitive advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. 1st ed. New York: Free Press, 1985. ISBN 0-684-84146-0.

SCHMENNER, R. *Making Business Location Decisions*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1982.

ŠEBESTOVÁ, J. *Analýza faktorů ovlivňující podnikání českých firem po vstupu do EU se srovnáním trendů v regionech s vysokou mírou nezaměstnanosti*. Opava: Slezská univerzita, 2005. ISBN 80-7248-328-5.

TVRDOŇ, J. Konkurencieschopnosť regiónov – vybrané teoretické problémy. In: *Sborník příspěvků. VIII. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách*. Brno: Masarykova univerzita v Brně, 2005, s. 209 – 212. ISBN 80–210–4155–2.

VERNON, R. International investment and international trade in the product cycle. *Quarterly Journal of Economics*. 1966, vol. 80, pp. 190 – 207. ISSN 0033-5533.

VITURKA, M. Konkurenceschopnost regionů, možnosti jejího hodnocení a stimulace. In: *X. Mezinárodní kolokvium o regionálních vědách*. Brno: Masarykova univerzita v Brně, 2007. ISBN 978-80-210-4325-1.

VYAKARNAM, S. a J. W. LEPPARD. *Plánování podnikatelských strategií*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1998. ISBN 80-7169-533-5.

YVES, D. a K. MIKKO. *Dynamická strategie: Schopnost pohotově měnit strategii vám umožní získat náskok před konkurenty*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2011. ISBN 978-80-7261-227-7.

WILSON, R. H. and P. E. TESKE. *Telecommunications and Economic Development: The State and Local Role*. Economic Development Quarterly, 1990.

WOKOUN, R. Teoretické a metodologické přístupy k výzkumu regionální konkurenceschopnosti. [online] In: *Geografie pro život ve 21. století: Sborník příspěvků z XXII. sjezdu České geografické společnosti*. Ostrava: Ostravská univerzita, 2010. [vid. 2013-01-25]. ISBN 978-80-7368-903-2. Dostupné z: http://konference.osu.cz/cgsostrava2010/dok/Sbornik_CGS/Modely_a_strategie_reg_rozvoje/Teoreticke_a_metodologicke_pristupy_k_vyzkumu.pdf.

Dosavadní publikační činnost

JIRÁSKOVÁ, E. *Faktory lokalizace malých a středních podniků v České republice*. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2011. 164 s. ISBN 978-80-7372-782-6.

JIRÁSKOVÁ, E. a M. ŽIŽKA. The Significance of Business Localization Factors in the Czech Republic. *Creative and Knowledge Society. International Scientific Journal*. 1st . Bratislava: Pan-European University, 2011, vol. 1, iss. 2, pp. 16 – 36. ISSN 1338-4465 (60 %).

JIRÁSKOVÁ, E. Role měkkých lokalizačních faktorů při rozhodování o umístění ekonomického subjektu. In: *Sborník ze IV. Mezinárodní vědecké konference doktorandů a mladých vědeckých pracovníků*. 1. vyd. Karviná: OPF SU Karviná, 2012. S. 960 – 969. ISBN 978-80-7248-711-0.

JIRÁSKOVÁ, E. Lokalizační teorie a analýza vývoje lokalizačních faktorů. In: *IMEA 2011*. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2011. S. 118 – 125. ISBN 978-80-7372-720-8.

JIRÁSKOVÁ, E. Průběh počáteční fáze výzkumného projektu analyzujícího významnost lokalizačních faktorů firem. In: *Revue mladých vedcov*. 1. vyd. Žilina: Žilinská univerzita v Žiline, 2011. S. 103 – 109. ISBN 978-80-554-0400-4.

JIRÁSKOVÁ, E. Implementace lokalizačního rozhodování do podnikové strategie. In: *Sborník z mezinárodní vědecké konference Hradecké ekonomické dny 2013*. 1. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2013. S. 287 – 292. ISBN 978-80-7435-249-2 (sborníky HED indexovány ve WoS).

JIRÁSKOVÁ, E. a D. MYŠÁKOVÁ. CSR aktivity Technické univerzity v Liberci. In: *Aktuálne pohľady na konkurencieschopnosť a podnikanie – nové výzvy*. 1. vyd. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2011. S. 206 – 212. ISBN 978-80-225-3200-6 (50 %).

Články přijaté k publikování

JIRÁSKOVA, E. Regions Competitiveness Increase by Improving Conditions for Industry and Services. *Journal of Competitiveness*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2013, vol. 5, no. 1. ISSN 1804-171X.

JIRÁSKOVÁ, E. Trendy v řízení lidských zdrojů. *Trendy v podnikání – Business Trends*. 1. vyd. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2013, roč. 3, č. 1. ISSN 1805-0603.

Přílohy

A Základní charakteristiky vybraných respondentů

B Základní charakteristiky významnosti zkoumaných faktorů

C Stav přímých zahraničních investic v České republice k 31. 12. 2010

D Dotazník

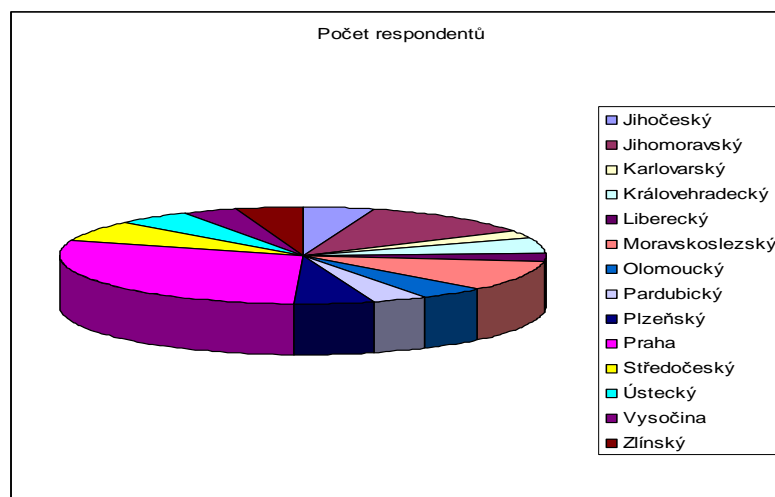
Příloha A – Základní charakteristiky oslovených respondentů

Jak je vidět na obr. A1 rámci výběrového šetření bylo osloveno 52 % drobných, 33 % středních a 15 % velkých podniků, které byly vybrány v rámci všech krajů v České republice, přičemž z obr. A2 vyplývá, že největší zastoupení bylo v Praze.



Obr. A1 – Oslovení respondenti dle velikosti podniku

Zdroj: vlastní zpracování



Obr. A2 – Oslovení respondenti dle krajů

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha B – Základní charakteristiky významnosti zkoumaných faktorů

Tab. B1: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru kvalita a atraktivita území

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	3,7	4	4	1,33
Doprava a skladování	3,1	3 a 4	3.1	1,2
Informační a komunikační činnosti	3,31	4	4	1,32
Činnosti v oblasti nemovitostí	4,21	5	5	1,02
Ostatní činnosti	3,29	3	3	1,38
Peněžnictví a pojišťovnictví	3,38	4	4	1,35
Profesní, vědecké a technické činnosti	3	4	3	1,35
Stavebnictví	3,69	4	4	1,26
Ubytování, stravování a pohostinství	4,06	5	4	1,16
Velkoobchod a maloobchod	3,83	5	4	1,24
Vzdělání	2,84	1	3	1,59
Zpracovatelský průmysl	3,17	4	4	1,18
Zásobování vodou	3,24	3	3	1,42

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B2: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru tradice a historie lokality

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	3,37	4	4	1,39
Doprava a skladování	3,13	3	3	1,18
Informační a komunikační činnosti	2,82	4	3	1,27
Činnosti v oblasti nemovitostí	3,40	3	4	1,14
Ostatní činnosti	2,36	3	2	1,19
Peněžnictví a pojišťovnictví	2,79	3	3	1,12
Profesní, vědecké a technické činnosti	2,57	2 a 3	3	1,17
Stavebnictví	3,14	3 a 4	3	1,22
Ubytování, stravování a pohostinství	3,50	4	4	1,44
Velkoobchod a maloobchod	3,26	4	4	1,27
Vzdělání	2,77	1, 2 a 3	3	1,36
Zpracovatelský průmysl	3,09	4	3	1,29
Zásobování vodou	3,18	3	3	1,38

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B3: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru zázemí města

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	3,40	4	4	1,35
Doprava a skladování	2,90	3	3	1,14
Informační a komunikační činnosti	3,40	4	4	1,27
Činnosti v oblasti nemovitostí	3,42	4	4	1,28
Ostatní činnosti	2,89	4	3	1,39
Peněžnictví a pojišťovnictví	2,85	3 a 4	3	1,28
Profesní, vědecké a technické činnosti	2,54	1	3	1,25
Stavebnictví	3,34	3 a 4	3	1,26
Ubytování, stravování a pohostinství	3,38	4	4	1,21
Velkoobchod a maloobchod	3,40	4	4	1,40
Vzdělání	2,90	1	3	1,49
Zpracovatelský průmysl	2,90	4	3	1,27
Zásobování vodou	3,09	3 a 4	3	1,38

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B4: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru dostupnost a kvalita výzkumných zařízení

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	2,21	1 a 2	2	1,17
Doprava a skladování	1,97	1	1	0,98
Informační a komunikační činnosti	2,26	2	2	1,36
Činnosti v oblasti nemovitostí	1,94	1	1	1,09
Ostatní činnosti	1,86	1	1	1,09
Peněžnictví a pojišťovnictví	2,00	1	2	1,07
Profesní, vědecké a technické činnosti	2,11	1	2	1,28
Stavebnictví	2,37	1	2	1,28
Ubytování, stravování a pohostinství	1,94	1	1,5	1,08
Velkoobchod a maloobchod	2,43	1	2	1,36
Vzdělání	1,87	1	1	1,20
Zpracovatelský průmysl	2,37	1	2	1,24
Zásobování vodou	2,40	3	2	1,17

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B5: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru hospodářský stav regionu

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	3,58	5	4	1,28
Doprava a skladování	3,39	4	4	1,36
Informační a komunikační činnosti	3,57	4	4	1,27
Činnosti v oblasti nemovitostí	4,10	4 a 5	4	1,00
Ostatní činnosti	3,17	4	3	1,49
Peněžnictví a pojišťovnictví	3,68	4	4	1,32
Profesní, vědecké a technické činnosti	2,88	4	3	1,43
Stavebnictví	3,89	5	4	1,18
Ubytování, stravování a pohostinství	3,69	4	4	1,09
Velkoobchod a maloobchod	3,74	4	4	1,04
Vzdělání	2,90	1	3	1,66
Zpracovatelský průmysl	3,29	4	4	1,36
Zásobování vodou	3,45	3 a 4	4	1,20

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B6: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru disponibilita nebytovými a kancelářskými prostory

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	3,12	4	3	1,34
Doprava a skladování	2,80	4	3	1,28
Informační a komunikační činnosti	3,33	4	4	1,20
Činnosti v oblasti nemovitostí	3,79	4 a 5	4	1,14
Ostatní činnosti	2,50	3	3	1,2
Peněžnictví a pojišťovnictví	3,10	4	3	1,33
Profesní, vědecké a technické činnosti	2,80	4	3	1,26
Stavebnictví	3,40	3	3	1,27
Ubytování, stravování a pohostinství	2,94	4	3	1,29
Velkoobchod a maloobchod	4,00	4	3	1,00
Vzdělání	2,59	1	4	1,41
Zpracovatelský průmysl	3,31	4	3	1,21
Zásobování vodou	2,97	3	3	1,33

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B7: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru ceny ploch a budov

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	3,6	5	4	1,37
Doprava a skladování	3,26	3	3	1,37
Informační a komunikační činnosti	3,66	4	4	1,08
Činnosti v oblasti nemovitostí	3,91	5	4	1,31
Ostatní činnosti	3,11	5	3	1,51
Peněžnictví a pojišťovnictví	3,56	4	4	1,36
Profesní, vědecké a technické činnosti	3,23	4	4	1,29
Stavebnictví	3,95	4	4	1,28
Ubytování, stravování a pohostinství	3,38	4	4	1,26
Velkoobchod a maloobchod	3,94	4	4	1,14
Vzdělání	2,9	4	3	1,49
Zpracovatelský průmysl	3,34	4	4	1,32
Zásobování vodou	3,45	4	3	1,03

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B8: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru spolupráce se státní správou

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	3,03	3	3	1,36
Doprava a skladování	2,80	3	3	1,21
Informační a komunikační činnosti	3,03	4	3	1,22
Činnosti v oblasti nemovitostí	3,21	3 a 4	3	1,11
Ostatní činnosti	3,00	2	3	1,27
Peněžnictví a pojišťovnictví	2,53	1	3	1,29
Profesní, vědecké a technické činnosti	2,57	1	3	1,46
Stavebnictví	3,14	4	3	1,14
Ubytování, stravování a pohostinství	2,97	4	3	1,18
Velkoobchod a maloobchod	2,85	3	3	1,22
Vzdělání	2,77	1	3	1,50
Zpracovatelský průmysl	2,89	4	3	1,35
Zásobování vodou	3,12	4	3	1,50

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B9: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru kvality úřadů práce

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	2,18	1	2	1,40
Doprava a skladování	2,09	1	2	1,22
Informační a komunikační činnosti	1,88	1	2	1,02
Činnosti v oblasti nemovitostí	2,09	1	1	1,40
Ostatní činnosti	1,94	1	1	1,42
Peněžnictví a pojišťovnictví	1,82	1	1	1,17
Profesní, vědecké a technické činnosti	1,77	1	1	1,14
Stavebnictví	2,74	3	3	1,36
Ubytování, stravování a pohostinství	2,06	1	1	1,22
Velkoobchod a maloobchod	2,17	1	2	1,15
Vzdělání	2,32	1	2	1,42
Zpracovatelský průmysl	2,44	1	2	1,28
Zásobování vodou	2,34	1	1	1,20

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B10: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru výše daní a poplatků

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	3,69	5	4	1,31
Doprava a skladování	3,29	3	3	1,49
Informační a komunikační činnosti	3,23	3 a 4	3	1,29
Činnosti v oblasti nemovitostí	3,21	3 a 4	3	1,36
Ostatní činnosti	3,11	1	3	1,64
Peněžnictví a pojišťovnictví	3,08	3	3	1,42
Profesní, vědecké a technické činnosti	2,69	3	3	1,35
Stavebnictví	3,74	5	4	1,23
Ubytování, stravování a pohostinství	3,72	4	4	0,85
Velkoobchod a maloobchod	3,71	3	4	1,12
Vzdělání	2,93	1	3	1,47
Zpracovatelský průmysl	3,37	4	4	1,25
Zásobování vodou	3,15	4	3	1,30

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B11: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru ekologické požadavky, podmínky a standardy

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	3,15	3	3	1,40
Doprava a skladování	2,70	3	3	1,19
Informační a komunikační činnosti	2,46	3	3	1,22
Činnosti v oblasti nemovitostí	2,40	3	2	1,27
Ostatní činnosti	2,46	3	3	1,31
Peněžnictví a pojišťovnictví	2,79	1	2	1,31
Profesní, vědecké a technické činnosti	2,51	1	3	1,31
Stavebnictví	3,34	4	4	1,14
Ubytování, stravování a pohostinství	3,09	3	3	1,17
Velkoobchod a maloobchod	3,08	3	3	1,07
Vzdělání	2,39	1	2	1,23
Zpracovatelský průmysl	2,94	4	3	1,37
Zásobování vodou	3,64	5	4	1,37

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B12: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru dostupnost informačních a komunikačních technologií

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	3,85	4	4	1,15
Doprava a skladování	3,10	4	3	1,25
Informační a komunikační činnosti	4,17	5	5	1,10
Činnosti v oblasti nemovitostí	3,90	4	4	1,07
Ostatní činnosti	3,57	5	4	1,36
Peněžnictví a pojišťovnictví	3,82	5	4	1,43
Profesní, vědecké a technické činnosti	3,54	5	4	1,53
Stavebnictví	3,57	4	4	1,34
Ubytování, stravování a pohostinství	3,75	4	4	1,14
Velkoobchod a maloobchod	4,06	5	4	1,35
Vzdělání	3,19	4	4	1,54
Zpracovatelský průmysl	3,26	4	4	1,20
Zásobování vodou	3,33	4	4	1,22

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B13: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru přítomnost zahraničních firem

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	2,87	2	3	1,47
Doprava a skladování	2,84	3	3	1,34
Informační a komunikační činnosti	2,71	3	3	1,27
Činnosti v oblasti nemovitostí	2,73	1	3	1,42
Ostatní činnosti	2,77	1 a 3	3	1,42
Peněžnictví a pojišťovnictví	2,74	3	3	1,05
Profesní, vědecké a technické činnosti	2,49	1	2	1,40
Stavebnictví	2,74	3	3	1,36
Ubytování, stravování a pohostinství	3,31	3	3	1,24
Velkoobchod a maloobchod	3,00	3	3	1,28
Vzdělání	2,06	1	1	1,37
Zpracovatelský průmysl	2,60	4	3	1,24
Zásobování vodou	2,63	2	2	1,32

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B14: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru image regionu

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	3,72	3 a 4	4	1,33
Doprava a skladování	3,06	4	3	1,32
Informační a komunikační činnosti	3,23	4	3	1,24
Činnosti v oblasti nemovitostí	3,67	4	4	1,34
Ostatní činnosti	2,77	3	3	1,35
Peněžnictví a pojišťovnictví	3,11	4	4	1,41
Profesní, vědecké a technické činnosti	2,66	1	3	1,39
Stavebnictví	3,37	4	4	1,14
Ubytování, stravování a pohostinství	3,53	4	4	1,32
Velkoobchod a maloobchod	3,54	4	4	1,25
Vzdělání	2,58	1	3	1,50
Zpracovatelský průmysl	2,80	4	3	1,28
Zásobování vodou	2,90	3	3	1,23

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B15: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru možnosti využití volného času

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	2,18	1	2	1,40
Doprava a skladování	2,80	3	3	1,22
Informační a komunikační činnosti	2,88	3	3	1,33
Činnosti v oblasti nemovitostí	3,09	3	3	1,40
Ostatní činnosti	2,94	4	3	1,37
Peněžnictví a pojišťovnictví	2,65	1	2	1,37
Profesní, vědecké a technické činnosti	2,57	1	3	1,31
Stavebnictví	3,06	4	3	1,26
Ubytování, stravování a pohostinství	3,25	4	4	1,52
Velkoobchod a maloobchod	2,80	1	3	1,57
Vzdělání	2,35	1	2	1,40
Zpracovatelský průmysl	2,29	1	2	1,18
Zásobování vodou	2,60	1	3	1,44

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B16: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru geografická blízkost zákazníků

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	4,00	5	4	1,28
Doprava a skladování	3,52	5	4	1,46
Informační a komunikační činnosti	3,69	4	4	1,18
Činnosti v oblasti nemovitostí	3,97	4	4	1,21
Ostatní činnosti	3,57	5	4	1,58
Peněžnictví a pojišťovnictví	3,74	5	4	1,33
Profesní, vědecké a technické činnosti	3,43	4	3	1,33
Stavebnictví	3,74	5	4	1,34
Ubytování, stravování a pohostinství	3,91	5	4	1,33
Velkoobchod a maloobchod	3,89	5	4	1,37
Vzdělání	3,60	5	4	1,63
Zpracovatelský průmysl	3,66	5	4	1,46
Zásobování vodou	3,70	5	4	1,26

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B17: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru geografická blízkost konkurence

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	3,51	5	4	1,46
Doprava a skladování	2,87	3	3	1,34
Informační a komunikační činnosti	2,80	3	3	1,30
Činnosti v oblasti nemovitostí	3,40	3 a 4	3	1,35
Ostatní činnosti	2,97	1 a 3	3	1,47
Peněžnictví a pojišťovnictví	2,79	1 a 3	3	1,39
Profesní, vědecké a technické činnosti	2,34	1	2	1,14
Stavebnictví	2,94	3	3	1,11
Ubytování, stravování a pohostinství	3,37	3	3,5	1,36
Velkoobchod a maloobchod	3,14	5	3	1,46
Vzdělání	2,77	1	3	1,67
Zpracovatelský průmysl	2,86	4	3	1,31
Zásobování vodou	3,33	3	3	1,19

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B18: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru geografická blízkost dodavatelů

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	3,00	3	3	1,32
Doprava a skladování	3,10	3	3	1,25
Informační a komunikační činnosti	2,82	3	3	1,18
Činnosti v oblasti nemovitostí	2,81	2	3	1,38
Ostatní činnosti	2,91	1	3	1,44
Peněžnictví a pojišťovnictví	2,97	3	3	1,45
Profesní, vědecké a technické činnosti	2,51	3	3	1,27
Stavebnictví	3,37	4	4	1,48
Ubytování, stravování a pohostinství	2,68	3	3	1,26
Velkoobchod a maloobchod	3,00	3	3	1,31
Vzdělání	2,74	1 a 3	3	1,44
Zpracovatelský průmysl	3,23	4	4	1,22
Zásobování vodou	3,57	4	4	1,17

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B19: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru dostupnost doplňkových služeb

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	3,52	3	4	1,20
Doprava a skladování	3,13	3	3	1,09
Informační a komunikační činnosti	3,20	4	3	1,05
Činnosti v oblasti nemovitostí	3,18	3	3	1,19
Ostatní činnosti	2,83	3	3	1,22
Peněžnictví a pojišťovnictví	3,12	4	4	1,25
Profesní, vědecké a technické činnosti	2,83	4	3	1,27
Stavebnictví	3,57	4	4	1,15
Ubytování, stravování a pohostinství	3,25	3	3	1,19
Velkoobchod a maloobchod	3,49	4	4	1,10
Vzdělání	2,71	3	3	1,19
Zpracovatelský průmysl	2,97	3	3	1,18
Zásobování vodou	3,36	3	3	0,93

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B20: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru možnost spolupráce s konkurencí

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	2,58	1	3	1,30
Doprava a skladování	2,61	3	3	1,09
Informační a komunikační činnosti	2,42	1 a 3	3	1,20
Činnosti v oblasti nemovitostí	2,94	3	3	1,17
Ostatní činnosti	2,45	1	3	1,31
Peněžnictví a pojišťovnictví	2,38	3	3	1,10
Profesní, vědecké a technické činnosti	2,17	1 a 2	2	1,01
Stavebnictví	3,11	3	3	1,08
Ubytování, stravování a pohostinství	2,53	3	2,5	0,92
Velkoobchod a maloobchod	2,74	3	3	1,31
Vzdělání	2,64	1	3	1,39
Zpracovatelský průmysl	2,57	4	3	1,17
Zásobování vodou	3,36	3 a 4	3	1,12

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B21: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru blízkost jiného závodu stejného podniku

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	2,51	1	3	1,35
Doprava a skladování	2,74	3	3	1,18
Informační a komunikační činnosti	2,17	1	2	1,22
Činnosti v oblasti nemovitostí	2,72	1	3	1,44
Ostatní činnosti	2,57	1	3	1,36
Peněžnictví a pojišťovnictví	2,65	1	3	1,39
Profesní, vědecké a technické činnosti	2,45	1	2	1,1
Stavebnictví	3,86	3	3	1,04
Ubytování, stravování a pohostinství	2,46	3	3	0,95
Velkoobchod a maloobchod	2,43	1	2	1,31
Vzdělání	2,32	1	2	1,47
Zpracovatelský průmysl	2,54	1	3	1,34
Zásobování vodou	3	3	3	1,15

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B22: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru mentalita zaměstnanců

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	3,67	4	4	1,34
Doprava a skladování	3,67	4	4	1,25
Informační a komunikační činnosti	3,91	4 a 5	4	1,20
Činnosti v oblasti nemovitostí	3,51	5	4	1,52
Ostatní činnosti	3,74	5	4	1,52
Peněžnictví a pojišťovnictví	3,47	4	4	1,48
Profesní, vědecké a technické činnosti	3,34	5	4	1,55
Stavebnictví	3,91	5	4	1,12
Ubytování, stravování a pohostinství	4,00	4 a 5	4	1,19
Velkoobchod a maloobchod	3,88	5	4	1,23
Vzdělání	3,29	5	4	1,68
Zpracovatelský průmysl	3,37	4	4	1,24
Zásobování vodou	3,45	4	4	1,25

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B23: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru dostupnost kvalifikovaných lidských zdrojů

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	3,85	4	4	1,25
Doprava a skladování	3,64	4	4	1,25
Informační a komunikační činnosti	4,24	5	5	1,02
Činnosti v oblasti nemovitostí	3,7	4 a 5	4	1,36
Ostatní činnosti	3,51	5	4	1,50
Peněžnictví a pojišťovnictví	3,79	4	4	1,37
Profesní, vědecké a technické činnosti	3,49	4	4	1,42
Stavebnictví	4,1	5	4	1,17
Ubytování, stravování a pohostinství	4,1	4 a 5	4	1,11
Velkoobchod a maloobchod	4,1	5	4	1,35
Vzdělání	3,19	5	4	1,68
Zpracovatelský průmysl	3,94	4	4	1,16
Zásobování vodou	3,76	4	4	1,25

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B24: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru cena práce

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	4,3	5	5	1,02
Doprava a skladování	3,61	4	4	1,31
Informační a komunikační činnosti	3,8	4	4	1,05
Činnosti v oblasti nemovitostí	3,12	5	4	1,52
Ostatní činnosti	3,34	5	3	1,49
Peněžnictví a pojišťovnictví	3,62	4	4	1,28
Profesní, vědecké a technické činnosti	3	3 a 5	3	1,48
Stavebnictví	3,89	4	4	1,23
Ubytování, stravování a pohostinství	3,94	4	4	1,05
Velkoobchod a maloobchod	3,54	4	4	1,4
Vzdělání	3,32	4 a 5	4	1,6
Zpracovatelský průmysl	3,8	4	4	1,16
Zásobování vodou	3,73	4	4	1,23

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B25: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru stav dopravní infrastruktury

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	3,76	4	4	1,17
Doprava a skladování	3,51	3	4	1,31
Informační a komunikační činnosti	3,66	4	4	1,19
Činnosti v oblasti nemovitostí	3,88	4	4	0,99
Ostatní činnosti	3,46	4	4	1,34
Peněžnictví a pojišťovnictví	3,32	4	3,5	1,25
Profesní, vědecké a technické činnosti	3,23	4	4	1,37
Stavebnictví	3,83	4	4	1,07
Ubytování, stravování a pohostinství	3,62	4	4	1,26
Velkoobchod a maloobchod	3,83	4	4	1,20
Vzdělání	3,16	3	3	1,42
Zpracovatelský průmysl	3,57	4	4	1,33
Zásobování vodou	3,9	4	4	1,04

Zdroj: vlastní zpracování

Tab. B26: Základní charakteristiky významnosti lokalizačního faktoru náklady na dopravu

Ekonomické odvětví	Průměr	Modus	Medián	Směrodatná odchylka
Administrativní a podpůrné činnosti	3,03	4	3	1,21
Doprava a skladování	3,48	3	3	1,36
Informační a komunikační činnosti	3,45	3	3	1,12
Činnosti v oblasti nemovitostí	3,45	4	3	1,12
Ostatní činnosti	3,37	5	4	1,54
Peněžnictví a pojišťovnictví	3,24	4	4	1,23
Profesní, vědecké a technické činnosti	2,97	3	2	1,40
Stavebnictví	4,00	4	4	1,06
Ubytování, stravování a pohostinství	3,56	4	4	1,29
Velkoobchod a maloobchod	3,71	5	4	1,36
Vzdělání	2,74	3	3	1,37
Zpracovatelský průmysl	3,46	4	4	1,34
Zásobování vodou	3,55	5	4	1,19

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha C – STAV PŘÍMÝCH ZAHRANIČNÍCH INVESTIC V ČESKÉ REPUBLICE

k 31. 12. 2010. (Červeně označena odlehlá pozorování.)

Tab. C1: Stav přímých zahraničních investic v ČR k 31. 12. 2012

Region	Investovaný kapitál celkem	Region	Investovaný kapitál celkem
Hradec králové	12 247 159	Beroun	22 300 164
Jičín	22 988 495	Kladno	25 879 084
Náchod	3 961 123	Kolín	12 911 775
Rychnov nad Kněžnou	4 057 664	Kutná Hora	1 276 886
Trutnov	3 599 550	Mělník	15 899 155
Chrudim	4 505 234	Mladá Boleslav	97 494 097
Pardubice	35 464 645	Nymburk	3 656 205
Svitavy	6 935 106	Příbram	3 036 363
Ústí nad Orlicí	8 669 056	Rakovník	5 459 387
Havlíčkův Brod	4 661 355	České Budějovice	61 986 643
Jihlava	21 075 787	Český Krumlov	4 979 539
Pelhřimov	14 644 665	Jindřichův Hradec	1 633 543
Třebíč	2 922 184	Písek	5 187 344
Žďár nad Sázavou	8 456 581	Prachatice	1 121 858
Blansko	4 754 609	Strakonice	2 315 657
Brno město	91 842 530	Tábor	5 324 171
Brno venkov	20 502 579	Domažlice	1 890 060
Břeclav	4 762 843	Klatovy	3 735 288
Hodonín	12 395 709	Plzeň město	49 498 177
Vyškov	9 959 950	Plzeň jih	6 248 062
Znojmo	8 236 331	Plzeň sever	3 699 654
Jeseník	968 775	Rokycany	3 016 653
Olomouc	8 199 064	Tachov	4 818 022
Prostějov	5 768 153	Cheb	4 676 819
Přerov	5 164 531	Karlovy Vary	9 221 593
Šumperk	9 338 398	Sokolov	5 461 836
Kroměříž	983 854	Děčín	8 170 332
Uherské Hradiště	6 685 760	Chomutov	11 658 955
Vsetín	10 483 296	Litoměřice	9 557 546
Zlín	28 850 868	Louny	4 884 430
Bruntál	3 838 970	Most	35 398 751
Frýdek-Místek	20 921 257	Teplice	12 030 883
Karviná	8 465 286	Ústí nad Labem	21 294 396
Nový Jičín	7 612 387	Česká Lípa	20 926 110
Opava	10 999 624	Jablonec nad Nisou	16 380 370
Ostrava -město	113 761 627	Liberec	16 686 713
Praha	1 254 708 519	Semily	6 925 309
Benešov	816 771	Praha-západ	10 939 569
Praha-východ	41 533 862		

Zdroj: Vlastní zpracování, upraveno dle: Přímé zahraniční investice za rok 2010 [online]. Praha: Česká národní banka, 2012 [vid 2013-01-11]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/miranda2/export/sites/www.cnb.cz/cs/statistika/platebni_bilance_stat/publikace_pb/pzi/PZI_2010_CZ.pdf

Příloha D – Dotazník

Mnohokrát děkuji, že mi pomůžete zjistit, jaké faktory ovlivňují umístění firem v jednotlivých odvětvích ekonomických činností. Pomocí tohoto dotazníku vzniknou data, která pomohou lépe identifikovat faktory, jenž v rozhodování o lokalizaci hrají podstatnou roli a na které by se měl region ve své strategii konkurenceschopnosti více zaměřit. Jak již bylo uvedeno, nejedná se o celoplošné dotazování, ale z každé ekonomické činnosti je vybráno několik firem. Je pro mě proto nutné získat data od všech dotázaných respondentů.

Dotazník obsahuje otázky, na které může nejlépe odpovědět vedoucí kontaktované organizace. Pokud je dotazník odeslán zaměstnanci, tak i zde se předpokládá jistá znalost dané problematiky, proto i Vás, vzhledem k důležitosti, prosím o vyplnění.

Pokud máte dotazy, neváhejte mě kontaktovat buď na e-mail eliska.jiraskova@tul.cz či telefon 605 403 938.

POKRAČUJTE NA DOTAZNÍK

zkoumané faktory jsou pro větší přehlednost rozděleny do čtyř skupin

Význam faktoru označte, prosím, X do níže uvedené tabulky dle významnosti na hodnotící škále od 1 – 5 (1 zcela nedůležitý, 2 spíše nedůležitý, 3 ani důležitý ani nedůležitý, 4 spíše důležitý, 5 absolutně důležitý)

Regionální a lokální faktory	1	2	3	4	5
Kvalita úřadů práce					
Kvalita a atraktivita území					
Tradice a historie lokality					
Zázemí města (zdravotnictví, kultura, školství...)					
Dostupnost a kvalita výzkumných zařízení					
Spolupráce se státní správou					
Hospodářský stav regionu					
Disponibilita nebytovými a kancelářskými prostory					
Ceny ploch a budov					
Výše daní a poplatků					
Ekologické požadavky, podmínky a standardy.					
Dostupnost informačních a komunikačních technologií					
Přítomnost zahraničních firem					
Image regionu					
Možnosti využití volného času					

Obchodní faktory	1	2	3	4	5
Geografická blízkost zákazníků					
Geografická blízkost konkurence					
Geografická blízkost dodavatelů					
Dostupnost doplňkových služeb					
Možnost spolupráce s konkurencí					
Blízkost jiných závodů stejného podniku					

Pracovní faktory	1	2	3	4	5
Mentalita zaměstnanců					
Dostupnost kvalifikovaných lidských zdrojů					
Cena práce (úroveň mezd)					

Infrastrukturní faktory	1	2	3	4	5
Stav dopravní infrastruktury					
Náklady na dopravu					

Jiné faktory (prosím vyjmenujte)	
----------------------------------	--

Počet zaměstnanců ve firmě z důvodu začlenění firmy mezi malé či střední podniky	
--	--